

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA PODNIKOHOSPODÁŘSKÁ

Založení a provoz realitní kanceláře
Establishment and Operation of a Real Estate Agency

Student: Valérie Sinérová
Vedoucí bakalářské práce: Ing. Zuzana Stefanovová, Ph.D.

Ostrava 2020

Zadání bakalářské práce

Student:

Valérie Sinérová

Studijní program:

B6208 Ekonomika a management

Studijní obor:

6208R020 Ekonomika podniku

Téma:

Založení a provoz realitní kanceláře
Establishment and Operation of a Real Estate Agency

Jazyk vypracování:

čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Teoretický vstup do dané problematiky
3. Založení a provoz realitní kanceláře
4. Návrhy a doporučení
5. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

ČERVENÝ, R., J. FICBAUER, A. HANZELKOVÁ a M. KEŘKOVSKÝ. *Business plán: krok za krokem*. Praha: C. H. Beck, 2014. 211 s. ISBN 978-80-7400-511-4.

DVOŘÁČEK, Jiří a Peter SLUNČÍK. *Podnik a jeho okolí: jak přežít v konkurenčním prostředí*. Praha: C. H. Beck, 2012. 192 s. ISBN 978-80-7400-224-3.

SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 6. vyd. Praha: C. H. Beck, 2015. 560 s. ISBN 978-80-7400-274-8.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Zuzana Stefanovová, Ph.D.**

Datum zadání: 22.11.2019

Datum odevzdání: 07.05.2020



doc. Ing. Jindra Peterková, Ph.D.
vedoucí katedry

doc. Ing. Lenka Kauerová, CSc.
proděkanka pro studium
na základě pověření k jednání č.j.
VSB/19/050319/9900 ze dne 24. 9. 2019

Prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně.

V Ostravě dne 4.5.2020

.....
jméno a příjmení studenta

Poděkování

Chtěla bych touto cestou poděkovat své vedoucí bakalářské práce paní Ing. Zuzaně Stefanovové, Ph. D. za odborné vedení, pomoc a cenné rady při zpracování této práce.

Obsah

1	Úvod	5
2	Teoretický vstup do dané problematiky.....	7
2.1	Charakteristika základních pojmů.....	7
2.1.1	Realitní trh	7
2.1.2	Podnik.....	8
2.1.3	Životní cyklus podniku.....	9
2.1.4	Podnikatel.....	10
2.1.5	Podnikání	10
2.1.6	Riziko podnikání	10
2.1.7	Předpoklady úspěchu začínající firmy	11
2.1.8	Právní formy podnikání.....	11
2.2	Struktura podnikatelského plánu.....	13
2.2.1	Zásady pro zpracování podnikatelského plánu	14
2.2.2	Titulní strana	15
2.2.3	Exekutivní souhrn	15
2.2.4	Analýza trhu.....	15
2.2.5	Popis podniku	20
2.2.6	Výrobní plán	20
2.2.7	Marketingový plán	21
2.2.8	Organizační plán	22
2.2.9	Hodnocení rizik.....	22
2.2.10	Finanční plán	24
3	Založení a provoz realitní kanceláře.....	29
3.1	Titulní strana	29
3.2	Exekutivní souhrn	30
3.3	Analýza trhu.....	31
3.3.1	SWOT analýza	31
3.3.2	SLEPT analýza.....	35
3.3.3	Porterův model konkurenčních sil	40
3.4	Popis podniku	42
3.4.1	Organizační struktura	44
3.4.2	Umístění podniku.....	45
3.5	Obchodní plán.....	45
3.5.1	Dodavatelé pro realitní kancelář SENER reality	48
3.6	Marketingový plán	50

3.6.1	Marketingový mix „4P“	50
3.7	Organizační plán	53
3.8	Hodnocení rizik.....	54
3.8.1	Identifikace rizik	54
3.8.2	Hodnocení významnosti rizikových faktorů.....	55
3.9	Finanční plán.....	56
3.9.1	Základní kapitál	57
3.9.2	Pořizovací náklady	57
3.9.3	Odpisy	58
3.9.4	Budoucí výnosy	58
3.9.5	Budoucí náklady	60
3.9.6	Odvod sociálního a zdravotního pojištění asistentky	61
3.9.7	Plánovaný výkaz zisku a ztráty	62
3.9.8	Plánovaný cash flow	63
4	Návrhy a doporučení.....	64
5	Závěr	66
	Seznam použité literatury	68
	Seznam zkratk	70
	Seznam tabulek	72
	Seznam grafů	73
	Seznam obrázků	74
	Prohlášení o využití výsledku bakalářské práce	

1 Úvod

V raném věku autorky této bakalářské práce rodiče podnikali. Otec vlastnil šicí dílnu, ve které vyráběl sportovní oblečení, a matka následně tyto výrobky prodávala v kamenném obchodě. S přibývajícím věkem autorka začala vnímat práci svých rodičů intenzivněji a její zvědavost rostla víc a víc. Dodnes má autorka v živé paměti vzpomínku na velké výrobní prostory, ve kterých bylo zaměstnáno dvacet švadlen, a ve kterých bylo uskladněno velké množství různých látek. Prostor byl vybaven také malou místností pro otce autorky, který zde vyřizoval administrativní záležitosti. Ráda si povídala se švadlenami, nahlížela jim pod ruce a zajímala se o jejich práci. Když byly prázdniny, autorka trávila velké množství času u matky v kamenném obchodě v centru Ostravy. I přesto, že neměla pro výkon práce prodavačky dostatečný věk, radila zákazníkům s výběrem správného oblečení. Přicházející objem zahraničních obchodů byl však spojen se stavbou velkých obchodních domů, které konkurovaly malým podnikům. Obchody zahraničních značek si mohly dovolit prodávat oblečení za nižší ceny než české malovýrobní a po téměř dvaceti letech tak byli autorčini rodiče nuceni ukončit svou činnost. Následně své působiště našli v oblasti realit, ve které podnikají dodnes, a to jako realitní makléři. Ani v této oblasti autorčina zvědavost neskončila a nadále se prohlubovala. V době studií na střední škole autorka svůj volný čas trávila v realitní kanceláři svých rodičů. Usilovně nabírala informace a poznatky. Jezdila s rodiči na různé obchodní schůzky, na kterých naslouchala rozhovorům a jednáním a tím se postupně v této oblasti vzdělávala. Po absolvování střední školy její vášeň pro podnikání v oblasti realit nadále trvala a možná i díky tomu jí následně bylo umožněno podnikat v nejmenované realitní kanceláři, ve které působí dodnes. Díky působení v realitní kanceláři autorka této práce nasbírala mnoho cenných zkušeností, které by chtěla dále uplatnit ve vedení své vlastní realitní kanceláře. Autorka této práce se nadále vzdělává v oblasti realitního trhu a v případě, že bude podnikatelský plán autorky naplněn a realitní kancelář bude konkurenceschopná, chtěla by rozšířit své vzdělání také o specializační studium Oceňování nemovitostí na VŠB.

Tématem této bakalářské práce je sestavení podnikatelského plánu, který bude zaměřen na založení, vznik a provoz realitní kanceláře SENER reality. Autorka pomocí této práce zjistí proveditelnost tohoto podnikatelského plánu a získá rovněž přehled o fungování podniku v prvních letech po jeho založení. Díky vypracování podnikatelského plánu autorka získá informace o potencionálních rizicích, kterých se může do budoucna při vedení společnosti vyvarovat. Bude na ně také lépe připravená a zároveň na ně bude schopná pružně reagovat.

Cílem bakalářské práce je vypracování podnikatelského plánu na téma založení, vznik a provoz realitní kanceláře a také provedení zjištění, zda je tento plán realizovatelný.

Tato bakalářská práce je rozdělena do čtyř kapitol: teoretická část, praktická část, návrhy a doporučení a závěr.

Teoretická část popisuje charakteristiku základních pojmů jako je realitní trh, podnik, podnikatel, životní cyklus podniku, podnikání, riziko podnikání, právní formy podnikání. V neposlední řadě zde bude charakterizován základ této práce, čímž je podnikatelský plán a jeho struktura. Na základě podnikatelského plánu bude následně sestavena praktická část této bakalářské práce. Také budou čtenářům upřesněny metody, které budou poté aplikovány v praktické části.

První aplikovanou metodou v praktické části práce je analýza trhu, která se zabývá zkoumáním vnitřního a vnějšího prostředí. Pomocí SWOT analýzy budou zjištěny silné stránky podniku, slabé stránky podniku, příležitosti a hrozby, které mohou zvýšit potenciál podniku nebo ho naopak ohrozit. Následovat bude aplikování SLEPT analýzy, která se zabývá rozbořem vnějšího prostředí, které podnik nemůže svými silami moc ovlivňovat. Dále bude prozkoumáno konkurenční prostředí podniku pomocí Porterova modelu pěti konkurenčních sil. Pro marketingový plán autorka této práce vypracuje metodu zvanou marketingový mix 4P, který jí napomůže k sestavení nejvhodnější marketingové strategie. Závěr praktické části bude věnován finančnímu plánu, který vyhodnotí finanční situaci podniku SENER reality a jeho realizovatelnost.

Čtvrtá kapitola popisuje návrhy a doporučení realitní společnosti SENER reality. Závěr bude věnován vyhodnocení celého podnikatelského plánu. Autorka práce si je vědoma rizika, do kterého jde, avšak věří, že se na trhu prosadí a bude úspěšně konkurovat jiným realitním kancelářím.

2 Teoretický vstup do dané problematiky

Smyslem bakalářské práce je zpracování podnikatelského plánu na téma založení a provoz realitní kanceláře. Teoretická část této práce bude zaměřena na základní pojmy vztahující se k tématu, jako je podnik, životní cyklus podniku, podnikatel, podnikání a právnické formy podnikání a v neposlední řadě realitní trh. Bude popsána struktura podnikatelského plánu a součástí bude objasnění metod, které budou na daný podnik aplikovány v praktické části. Pojmy budou především vysvětleny na základě různých teorií dle jednotlivých autorů.

2.1 Charakteristika základních pojmů

2.1.1 Realitní trh

„Realitní trh lze obecně definovat jako místo, kde se setkávají prodávající a kupující, tvoří se zde cena a předmětem vzájemného obchodu jsou nemovitosti a další služby s nemovitostmi spojené.“ (Ort, 2019, s. 142)

Ort (2019) uvádí velké množství základních principů realitního trhu, za zmínku stojí uvést následující:

- Princip nabídky a poptávky

Nabízené nemovitosti na trhu tvoří nabídku a zájemci o nemovitosti tvoří poptávku. Realitní trh je jedinečný ve ztotožnění mezi počtem nabízejících a nabízených nemovitostí a naopak. Také na realitním trhu platí, že v případě zvyšující se poptávky v určitém segmentu a lokalitě mají ceny tendenci růst, pod podmínkou, že nabídka nestoupá stejnou rychlostí.

- Princip očekávání

Tvrdí, že hodnota je závislá na velikosti očekávaného prospěchu, který kupující nemovitosti přikládá. Jestliže od nemovitosti kupující očekává vyšší prospěch, je ochoten zaplatit vyšší cenu. Jádrem řešení principu očekávání je vhodná analýza skutečného prospěchu. Pokud se jedná o investování do komerčních nemovitostí, nemůže být prospěch měřen jenom výší čistého provozního výnosu, ale i mírou návratnosti a nezbytnou analýzou rizik.

- Princip gradace

Vyskytuje se pouze na realitním trhu a je způsoben nutnou nepřemístitelností nemovitostí. Popisuje skutečnost, že ceny porovnatelných nemovitostí rostou směrem k epicentru výhody. Epicentrem výhody pro administrativní budovu může být centrum města, pro sklad blízkost nádraží, pro prodejnu potravin stanice metra apod. Při analýze trhu lze tento princip graficky vyjádřit prostřednictvím cenových vrstevnic.

„Na realitním trhu přirozeně platí všechny univerzálně platné ekonomické zákony pro ekonomiku na tržních principech, přesto se na tomto velmi specifickém trhu projevují jejich speciální, a často jedinečné aplikace, které vyplývají zejména z nepřemístitelnosti nemovitostí, a tím i z naprosté lokalizace trhu z hlediska nabídky a ze značné lokalizace i z hlediska poptávky. Pochopení základních principů chování realitního trhu je klíčem nejen ke správné analýze realitního trhu, ale základem k obchodování s nemovitostmi vůbec.“ (Ort, 2019, s. 21)

2.1.2 Podnik

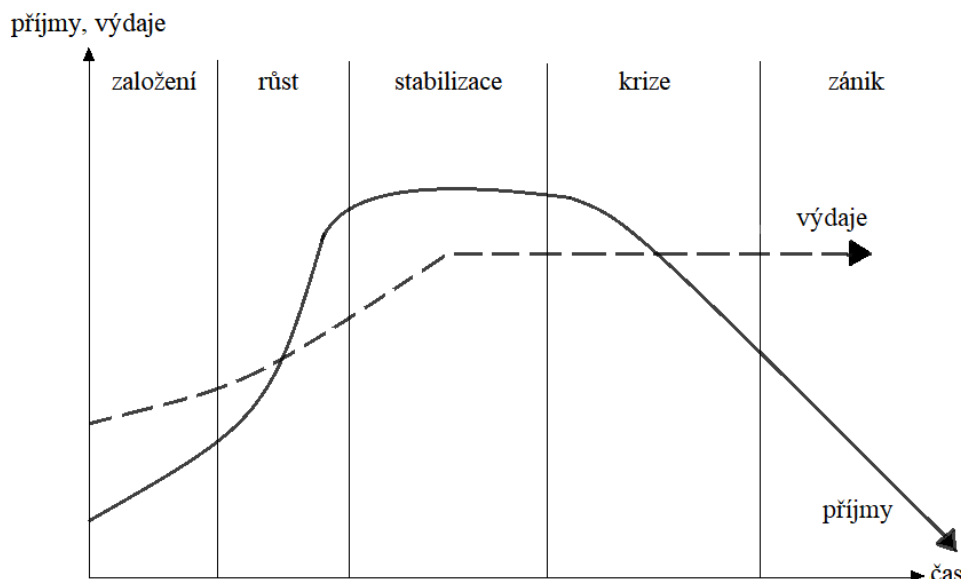
V roce 2014 byl vydán nový občanský zákoník, ve kterém je podnik nahrazen pojmem obchodní závod a je definován jako „organizovaný soubor jmění, který podnikatel vytvořil a který z jeho vůle slouží k provozování jeho činnosti. Má se za to, že závod tvoří vše, co zpravidla slouží k jeho provozu.“ (Nový občanský zákoník, § 502)

Existuje celá řada definic objasňující pojem podnik. Veber a Srpová (2008) definují podnik jako usprádaný soubor prostředků, zdrojů, práv a jiných majetkových hodnot, které slouží podnikateli k provozování podnikatelských aktivit.

2.1.3 Životní cyklus podniku

„Každá firma, ať větší či menší, prochází za dobu své existence určitými stádii vývoje. Mluvíme o tzv. životním cyklu podniku.“ (Srpová a Řehoř, 2010, s. 41)

Obr. 2.1 Životní cyklus podniku



Zdroj: vlastní zpracování dle předlohy (Martinovičová, Konečný a Vavřina, 2019)

Životní cyklus podniku je znázorněn v Obr. č. 2.1.

„Životní cyklus podniku je zpravidla prezentován fázemi založení podniku, růst podniku, stabilizace podniku, krize podniku, zrušení a zánik podniku.“ (Martinovičová, Konečný, Vavřina, 2019, s. 19)

Jak uvádí Srpová a Řehoř (2010), převážná část podniků neprochází všemi fázemi životního cyklu podniku, poněvadž usilují o dlouhodobé působení na trhu. Jednotlivé životní cykly vedou podniky k tomu, aby k nim přistupovaly různými principy řízení. V případě ignorace použití jednotlivých principů řízení se podnik dostane unáhleně do krizového vývoje a následně zaniká, aniž by prošel všemi fázemi. Je tedy klíčové, aby podniky tyto zásady respektovaly, dokázaly projít stádiem růstu a předešly tak krizi již v počátečním procesu.

2.1.4 Podnikatel

V novém občanském zákoníku je podnikatel charakterizován takto:

1. „*Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.*“ (Nový občanský zákoník, § 420)

2. „*Podnikatel, který nemá obchodní firmu, právně jedná při svém podnikání pod vlastním jménem; připojí-li k němu dodatky charakterizující blíže jeho osobu nebo obchodní závod, nesmí být klamavé.*“ (Nový občanský zákoník, § 422)

3. „*Pro účely ochrany spotřebitele a pro účely § 1963 se za podnikatele považuje také každá osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele.*“ (Nový občanský zákoník, § 420)

„*Podnikatel, viděný pod tímto zorným úhlem, je člověk, který je nositelem a tvůrcem inovací, změn, velmi silně motivovaný k využívání podnikového, lidského i technického, potenciálu. Podstatným rysem jeho osobnosti je tvořivost, schopnost přicházet s novými myšlenkami, využívat příležitosti nebo je dokonce vytvářet. Vyústěním podnikatelského myšlení je nejen nový výrobek, nová technologie, ale i způsob oslovení zákazníka, segmentu trhu apod.*“ (Synek a Kislingerová, 2015, s. 4)

2.1.5 Podnikání

Živnostenský zákon jej definuje takto: „*Živností je soustavná činnost provozována samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.*“ (Živnostenský zákon, § 2)

„*Podnikání je prostředkem k uspokojování svých potřeb uspokojováním cizích potřeb.*“ (Martinovičová, Konečný a Vavřina, 2019, s. 12)

2.1.6 Riziko podnikání

„*Riziko je na jedné straně spojeno s nadějí na dosažení zvláště dobrých hospodářských výsledků, na druhé straně je však doprovázeno nebezpečím podnikatelského neúspěchu, vedoucího ke ztrátám, které mohou mít někdy tak závažný rozsah, že výrazně narušují finanční stabilitu firmy a mohou vést k jejímu úpadku.*“ (Fotr a Souček, 2005, s. 135, 136)

Podnikatelské riziko má pozitivní a negativní stránku. Pozitivní stránka představuje nadějnost úspěchu, uplatnění se na trhu a dosažení značného zisku. Negativní stránka představuje nebezpečí při dosažení předpokládaných hospodářských výsledků, popřípadě vznik ztráty, až zánik podniku. (Fotr a Souček, 2005)

2.1.7 Předpoklady úspěchu začínající firmy

„Každoročně vzniká velké množství firem s nejrůznějším zaměřením, různé velikosti a s různou právní formou. Zároveň každoročně i značné množství firem zaniká. Proto, aby k tomuto zániku nedošlo nebo alespoň ne krátce po založení, by měli budoucí podnikatelé zohlednit následující kroky a doporučení:

- *získat motivaci a mít odhodlání podnikat*
- *zvážit osobní předpoklady pro podnikání*
- *objevit a definovat podnikatelský nápad nebo mezeru na trhu*
- *vyjasnit podnikatelský záměr*
- *vyjasnit potřebu finančních a dalších zdrojů*
- *vymezit předmět činnosti a zvolit vhodnou právní formu podnikání*
- *připravit zakladatelský rozpočet*
- *sestavit podnikatelský plán.*“ (Veber a Srpová, 2008, s. 64)

2.1.8 Právní formy podnikání

Před zahájením podnikatelské činnosti je zapotřebí stanovit vhodnou formu podnikání. Mezi základní kritéria při výběru právní formy podniku patří: výše základního kapitálu, počet zakladatelů, způsob a rozsah ručení, oprávnění k řízení, daňové zatížení, účast na zisku a ztrátě a další. Správná volba právní formy podniku tvoří důležité rozhodnutí, které mnohdy ušetří čas a peníze. Právní formu podnikání lze v průběhu let změnit, avšak toto rozhodnutí představuje především další náklady ze strany podnikatele.

Fyzické osoby

Jedná se o osoby podnikající na základě živnostenského oprávnění. Každá podnikající fyzická osoba „OSVČ“ je po splnění podmínek pro podnikání vyplývajících ze živnostenského zákona zapsána v živnostenském rejstříku. Všeobecnými podmínkami se myslí: plnoletost, trestní bezúhonnost a způsobilost k právním úkonům. Řemeslné, vázané a koncesované činnosti navíc vyžadují vzdělání a praxi. Živnostník vstupuje do podnikání pod svým jménem a ručí tak celým svým majetkem. Každé osobě samostatně výdělečně činné je přiděleno osmimístné identifikační číslo živnostenským úřadem, které slouží k identifikaci osob. Živnosti dělíme na ohlašovací a koncesované.

Právnícké osoby

Jedná se o uměle vytvořené subjekty mající určitá práva a povinnosti, které jsou založeny jedním či více společníky. V právních vztazích vystupují a jednají jako lidé.

„Právnícká osoba vzniká dnem zápisu do veřejného rejstříku.“ (Občanský zákoník, § 126)

„Zakladatelské právní jednání určí alespoň název, sídlo právnícké osoby, předmět činnosti, jaký má právnícká osoba statutární orgán a jak se vytváří, nestanoví-li to zákon přímo. Určí též, kdo jsou první členové statutárního orgánu.“ (Občanský zákoník, § 123)

Mezi právnícké osoby patří:

- Veřejná obchodní společnost (v.o.s)
- Komanditní společnost (k.s.)
- Akciová společnost (a.s.)
- Družstvo
- Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)

Realitní kancelář, která figuruje v praktické části této práce, bude mít povahu společnosti s ručením omezeným (s.r.o.).

„Je společnost, za jejíž dluhy ručí společníci společně a nerozdílně do výše, v jaké nesplnili vkladové povinnosti podle stavu zapsaného v obchodním rejstříku v době, kdy byli věřitelem vyzváni k plnění. Zakládá se společenskou smlouvou nebo zakladatelskou listinou, pokud je jednočlenná, může být založena i k nepodnikatelským účelům. Společenská smlouva musí obsahovat firmu, sídlo, předmět podnikání nebo činnosti, určení společníků uvedením jména a bydliště nebo sídla, určení druhu podílu každého společníka a práv a povinností s ním spojených, výši vkladů připadajících na podíly, výši základního kapitálu, počet jednatelů a způsob jejich jednání za společnost. Společnost je povinna vytvářet základní kapitál z vkladů společníků, minimální výše vkladu je jedna koruna. Různé druhy podílů a jejich obsah se určí ve společenské smlouvě. Společníci mají právo na podíl na zisku v poměru svých podílů. Společnost zřizuje podle zákona soustavu vnitřních orgánů: valná hromada, jednatelé jako statutární orgán, dozorčí rada jako orgán dozorčí, který je ale fakultativní.“ (Ondřejová, 2014, s. 170,171)

Charakteristické informace společnosti s ručením omezeným jsou popsány v Tab. č. 2.1.

Tab. 2.1 Základní informace společnosti s ručením omezeným

Společnost s ručením omezeným, s.r.o.					
Zakladatelé společnosti	Vznik společnosti	Ručení společníka za závazky společnosti	Základní kapitál	Účast na zisku	Oprávnění k řízení
min. 1 osoba	zápis do Obchodního rejstříku	Společně a nerozdílně do výše souhrnu nesplaceného vkladu	min. 1 Kč	Dle poměru obchodních podílů nebo dle společenské smlouvy	jednatelé

Zdroj: vlastní zpracování dle předlohy (Martinovičová, Konečný a Vavřina, 2019)

2.2 Struktura podnikatelského plánu

Na trhu působila, působí a bude působit hojná řada různých firem, které jsou jedinečné jak z hlediska velikosti, tak odvětví, právní formy, způsobu jejich řízení apod. Z tohoto důvodu nelze doporučit ani nařídit pevnou strukturu podnikatelského plánu pro všechny firmy tak, aby jim plně vyhovovala. Avšak i přes tyto rozdíly existují některé části plánu, které by měl plán každé firmy obsahovat bez ohledu na to, o jakou firmu se jedná. (Veber, Srpová, 2008)

2.2.1 Zásady pro zpracování podnikatelského plánu

Při zpracování podnikatelského plánu by měly být respektovány obecně platné zásady. Podnikatelský plán by měl být:

- Inovativní – realizací podnikatelského plánu přinést unikátní přidanou hodnotu zákazníkovi.
- Srozumitelný a uváženě stručný – při sestavování plánu klást především důraz na jeho jednoduchost a také na stručnost myšlenek či závěrů autora plánu tak, aby nedošlo k vynechání základních (nezbytných) faktů.
- Logický a přehledný – plán musí být podložen fakty, myšlenkami autora a pravdivé informace na sebe musí navazovat, aniž by si vzájemně odporovaly. Vhodné je také využití tabulek a grafů, které dělají podnikatelský plán přehlednějším.
- Pravdivý a reálný – podnikatelský plán musí obsahovat pravdivé údaje a jeho reálný plánovaný vývoj.
- Respektující rizika – identifikace rizik, respektování rizik a návrh opatření na jejich odstranění či zmírnění zvyšuje věrohodnost podnikatelského plánu. (Srpová a Řehoř, 2010)

Například Koráb, Peterka a Režňáková (2007) popisují strukturu podnikatelského plánu následovně:

1. titulní strana
2. exekutivní souhrn
3. analýza trhu
4. popis podniku
5. výrobní plán
6. marketingový plán
7. organizační plán
8. hodnocení rizik
9. finanční plán
10. přílohy

2.2.2 Titulní strana

Titulní strana uvádí resumé podnikatelského plánu, jehož obsahem by měly být údaje o společnosti - konkrétně název a sídlo podniku, popis podniku a jeho právní forma, jména podnikatelů včetně jejich kontaktních údajů, a další. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007)

2.2.3 Exekutivní souhrn

Tato část se zpracovává až v samotném závěru celého podnikatelského plánu, a to v rozsahu několika stránek. Obsahuje stručné shrnutí nejdůležitějších vlastností podnikatelského plánu: hlavní koncept plánu, silné stránky, očekávání, tabulky finančního plánu a další. Cílem této kapitoly je vyvolat zvědavost u čtenářů tak, aby pokračovali ve čtení celého podnikatelského plánu. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007)

2.2.4 Analýza trhu

Zde se provádí analýza konkurenčního prostředí, ve které jsou zahrnuti všichni významní konkurenti podniku. Součástí je také popis silných a slabých stránek konkurentů a jejich případný vliv na tržní úspěch podniku. Také se zde provádí detailní analýza odvětví z hlediska vývojových trendů a historických výsledků. Vhodné je zde zařadit také přírodní faktory, politickou situaci, legislativní podmínky a především analýzu zákazníků na základě provedení segmentace trhu. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007)

V bakalářské práci budou použity tyto analytické nástroje trhu: SWOT analýza, SLEPT analýza a Porterův model konkurenčních sil.

▪ SWOT analýza

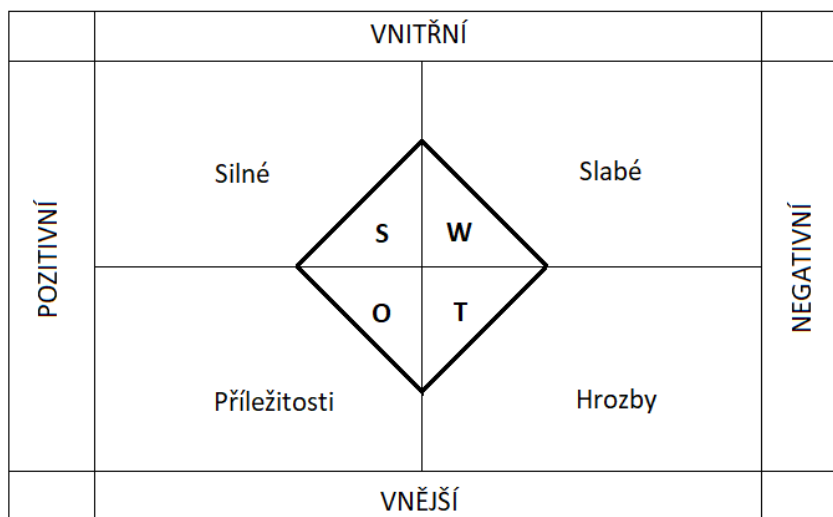
„Jedná se o jednoduchý přístup, který posuzuje vnitřní a vnější okolí příslušného podniku. SWOT je zkratkou pro čtyři kategorie faktorů okolí:

- 1. silné stránky (Strengths)*
- 2. slabé stránky (Weaknesses)*
- 3. příležitosti (Opportunities)*
- 4. hrozby (Threats)*

Silné a slabé stránky jsou spojeny s vnitřním okolím, zatímco příležitosti a hrozby s okolím vnějším.“ (viz. Obr. č. 2.2). (Dvořáček a Slunčík, 2012, s. 15)

Nad silnými a slabými stránkami máme do jisté míry kontrolu, můžeme je tedy ovlivňovat (například naše dobré či špatné manažerské schopnosti). Hrozby a příležitosti sami neovlivníme, můžeme na ně pouze reagovat (například situace na trhu práce, silná či slabá konkurence). (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007)

Obr. 2.2 SWOT analýza



Zdroj: vlastní zpracování dle předlohy (Dvořáček a Slunčík, 2012)

Základní strategie SWOT analýzy:

- SO – využití silných stránek ve prospěch příležitostí
- WO – překonání slabých stránek využitím příležitostí
- ST – využití silných stránek k odstranění ohrožení
- WT – minimalizace slabých stránek a vyhnutí se ohrožení (Dvořáček a Slunčík, 2012)

Zásady při zpracování SWOT analýzy:

1. analýza by měla být zpracována s ohledem na účel, pro nějž je určena.
2. do SWOT analýzy by měla vstupovat pouze důvěryhodná, prověřená fakta.
3. lze považovat za výhodné seřadit či označit jednotlivá fakta podle jejich důležitosti. (Červený, Ficbauer, Hanzelková a Keřkovský, 2014)

▪ SLEPT analýza

Někdy je tato analýza také nazývána PEST analýzou. Logika zpracování analýzy je totožná, ať už se jedná o SLEPT či PEST analýzu. Na rozdíl od PEST analýzy SLEPT analýza zahrnuje navíc právní faktor, který je pro firmu důležitý. (Červený, Ficbauer, Hanzelková a Keřkovský, 2014)

SLEPT analýza je nástrojem charakteru postupu či rámce sloužícího k rozpoznání a zkoumání externích faktorů. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007)

„Akronym SLEPT je vytvořen z prvních písmen anglických slov označujících pět oblastí okolí firmy, kterým by měla být při analýze věnována pozornost:

- *S (Social) – společenské a demografické faktory*
- *L (Logical) – právní faktory*
- *E (Economic) – (makro)ekonomické faktory*
- *P (Political) – politické faktory*
- *T (Technological) – technologické faktory“* (Červený, Ficbauer, Hanzelková a Keřkovský, 2014, s. 54)

Sociálně – demografické (kulturní) faktory

Do této skupiny faktorů patří především: věková, pohlavní a náboženská struktura, vzdělávací systém a jeho úroveň, systém hodnot (kvalita života), množství a kvalita pracovní síly a jiné. (Dvořáček a Slunčík, 2012)

Právní faktory

Zákony, předpisy (vyhlášky a nařízení vlády), právní normy a jiné. (Červený, Ficbauer, Hanzelková a Keřkovský, 2014)

Ekonomické faktory

Makroekonomické faktory vystupují z ekonomické situace země a hospodářské politiky státu. Patří zde: tempo růstu ekonomiky, nezaměstnanost, inflace, vývoj HDP, daňové podmínky, výše úrokových sazeb, fáze hospodářského cyklu, úroveň příjmů a výdajů státního rozpočtu apod. (Srpová a Řehoř, 2010)

- HDP

Hrubý domácí produkt znázorňuje peněžní vyjádření celkového toku zboží a služeb za určité období, zpravidla rok. (Dvořáček a Slunčík, 2012)

- Inlace

„Inlace znamená růst všeobecné cenové hladiny. Míra inflace je definována jako míra změny cenové hladiny. Cenová hladina představuje průměrnou úroveň cen určitého souboru statků v běžném období ve srovnání s cenami určitého vybraného základního období. Tempo růstu cenové hladiny představuje míru inflace.“ (Dvořáček a Slunčík, 2012, s. 26)

- Obecná míra nezaměstnanosti

Obecná míra nezaměstnanosti vyjadřuje procentní podíl nezaměstnaných osob na ekonomicky aktivním obyvatelstvu. (Dvořáček a Slunčík, 2012)

Mezi ekonomicky aktivní obyvatelstvo patří lidé ve věku od 15 – 64 let.

- Úroková míra

Úrok zobrazuje poměr výnosů k celkové výši vloženého kapitálu v relativním či procentním vyjádření. (Nývtová a Marinič, 2010)

Úrokovou míru lze rozlišit na tři druhy, a to nominální, reálnou a efektivní.

„Nominální úroková míra je úroková míra neupravená o inflaci, která je obvykle stanovena v úvěrové smlouvě vzájemnou dohodou stran.“ (Nývtová a Marinič, 2010, s. 44)

„Reální úroková míra je nominální úroková míra upravena o vliv inflace.“ (Nývtová a Marinič, 2010, s. 44)

„Efektivní úroková míra vyjadřuje výši roční nominální úrokové míry skládané v kratší časové frekvenci (měsíc, den).“ (Nývtová a Marinič, 2010, s. 44)

Politické faktory

Typ vlády a její stabilita, pravděpodobné změny v politickém prostředí, regulace a deregulace ekonomiky a jiné. (Dvořáček a Slunčík, 2012)

Technologické faktory

Technologické trendy – typický vývoj a důsledky rozvoje internetu, podpůrné technologie, aplikace a jiné. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007)

„Analýza SLEPT by měla být zaměřena především na odhalení budoucího vývoje vnějšího prostředí firmy, v něm existujících vývojových trendů, které mohou představovat buď hrozby, nebo příležitosti.“ (Červený, Ficbauer, Hanzelková a Keřkovský, 2014, s. 54)

- **Porterův model konkurenčních sil**

Jak tvrdí Červený, Ficbauer, Hanzelková a Keřkovský (2014), porterova analýza slouží k prozkoumání faktorů, které mají vliv na vyjednávací pozici firmy a nalezení příležitostí, jejichž realizace by mohla pomoci zdokonalovat postavení firmy v jejím odvětví.

Porterův model konkurenčních sil zkoumá potencionální nebo reálně existující konkurenty. Pomocí modelu lze zkoumat případné chování a síly konkurenčních subjektů, bariér vstupů konkurenčního prostředí apod. Pro tvorbu podnikatelského plánu je dostačující vymezit pět základních oblastí, ve kterých je vhodné recenzovat hrozby ze strany existujících konkurenčních podniků a možný vznik budoucí konkurence podniku. Jedná se o:

- vnitřní konkurenci – konkurence stejného typu či oblasti podnikání, v níž firma podniká nebo zamýšlí podnikat
- novou konkurenci – jedná se o subjekty, které vstupují na tentýž trh nebo v budoucnu hodlají vstoupit a konkurovat
- zpětnou integraci – existující či potencionální odběratel se rozhodne zajišťovat podnikem dříve dodávané produkty sám - výrobou
- dopředná integrace – jedná se o opak zpětné integrace, dodavatel rozšíří svou působnost do sféry podnikání a své výrobky začne prodávat sám. Stává se konkurencí pro své původní odběratele.
- riziko konkurence substitutů – určité riziko vyplývající z nahrazení našich produktů jinými či příbuznými produkty (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007)

2.2.5 Popis podniku

Jak tvrdí Koráb, Peterka a Režňáková (2007), tento úsek podnikatelského plánu obsahuje podrobný popis podniku obsahující informace o velikosti podniku, jeho záběru a doložitelné fakty vztahující se k jeho založení, různým úspěchům, strategii, cílům a cestám k jejich dosažení.

Důležitými prvky v této části jsou:

- výrobky nebo služby
- umístění / lokalita a velikost podniku
- organizační schéma / přehled personálu podniku
- veškeré kancelářské zařízení a jiné technické vybavení
- průprava podnikatele – znalostní vybavení a předchozí praxe či reference

2.2.6 Výrobní plán

Výrobní plán vyobrazuje celý výrobní proces. Jestliže bude podnik realizovat část své výroby formou subdodávek, měli by být ve výrobním plánu uvedeni všichni subdodavatelé, dále smlouvy, které s nimi podnik uzavřel, a důvod, proč si dodavatele vybral. Pakliže bude podnikatel zajišťovat celou nebo polovinu výroby sám, musí být v plánu uveden popis potřebných strojů a zařízení, výčet používaných materiálů a jejich dodavatelů. Pokud se nejedná o výrobní podnik, tato část bude nazvána „obchodní plán“ a bude evidovat informace o nákupu zboží a služeb, potřebných skladovacích prostorů a další. V případě poskytování služeb bude výrobní plán popisovat proces poskytujících služeb, vazby na subdodávky a bude také hodnotit již zmíněné subdodavatele. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007)

2.2.7 Marketingový plán

Investoři tuto část považují za nejdůležitější součást zajištění úspěchu podniku. Marketingový plán je strategický plán podniku, který ukazuje, jakým způsobem se podnik chystá prosadit na trhu proti konkurenci. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007)

Marketingový mix

Marketingový mix je velmi užitečnou pomůckou v úvahách o produktech nebo službách podniku a jejich realizaci na trhu. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007)

Je charakterizován souborem nástrojů, jejichž prostřednictvím může marketing ovlivňovat tržby. Tradiční nástroje marketingového mixu se označují jako 4P:

- Product (produkt)
- Price (cena)
- Place (distribuce)
- Promotion (propagace) (Veber a Srpová, 2008)

Produkt

Produkt je jádrem marketingu. Tvoří podstatu naší nabídky na trhu a bezprostředně uspokojuje požadavky zákazníků.

Cena

Význam cenové politiky spočívá v tom, že výše a stabilita ceny jsou prvky, které vytvářejí příjmy firmy. Na těchto pak závisí firemní existence a prosperita. Stanovením ceny určujeme svou pozici v hierarchii spotřebitelů, ovlivňujeme jejich nákupní rozhodování a zároveň také určujeme svou konkurenční pozici.

Distribuce

Určuje návrh vhodné organizace prodeje.

Propagace

Jedná se o nejviditelnější složku marketingového mixu, do které řadíme především reklamu, podporu prodeje, vztahy s veřejností, osobní prodej či přímý marketing. (Srpová, Svobodová, Skopal a Orlík, 2011)

2.2.8 Organizační plán

V této části je popsána forma vlastnictví nového podniku. Pakliže se jedná o obchodní společnost, je nutné uvést informace o managementu podniku a dle příslušné právní formy údaje o obchodních podílech. Je zde zobrazena organizační struktura podniku, ze které je patrná nadřízenost a podřízenost vedoucích. Součástí organizačního plánu je také dosažené vzdělání vedoucích pracovníků a jejich praktické zkušenosti. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007)

2.2.9 Hodnocení rizik

Jak tvrdí Srpová a Řehoř (2010), riziko lze chápat jako negativní odchylku od stanoveného cíle, které je spojeno s negativními dopady na podnik. Pomocí analýzy rizika lze dosáhnout preventivních opatření, která pomáhají snížit konkrétní rizika. Mezi rizikové faktory patří například změny v chování zákazníků, legislativní změny, slabé stránky podniku, chyby manažerského týmu aj. Analýzu rizik lze realizovat prostřednictvím expertního hodnocení a analýzy citlivosti.

- Expertní hodnocení

Jedná se o odborný odhad významnosti faktorů rizika, který se posuzuje na základě dvou hledisek – pravděpodobnosti jejich výskytu a intenzity negativního vlivu. Čím větší je pravděpodobnost a vyšší intenzita negativního vlivu, tím je rizikový faktor výraznější.

- Analýza citlivosti

Analýza citlivosti zkoumá citlivost hospodářského výsledku (nebo jeho složek) a významné faktory, které ji ovlivňují. Mezi nejčastěji sledované faktory patří výše poptávky, změny vlastních fixních či variabilních nákladů a realizovatelná tržní cena našich výrobků s ohledem na konkurenci. Výsledky analýzy mohou nabývat poměrně odlišných hodnot vzhledem k subjektivitě zpracovatele.

Autorka bakalářské práce provede v praktické části analýzu rizika prostřednictvím expertního hodnocení.

Mezi významné rizikové faktory patří ty faktory, jejichž pravděpodobnost a intenzita negativního vlivu dosahuje alespoň stupně S. Mezi další významné rizikové faktory patří ty faktory, jejichž pravděpodobnost je velmi malá až malá, ale intenzita negativního vlivu je rozhodující v rámci dalšího fungování podniku. Oblast významných faktorů rizika je možné oddělit silnou čarou od oblasti méně významných faktorů rizika. (Fotr a Souček, 2005)

„Jak pravděpodobnosti výskytu faktorů rizika, tak intenzity jejich negativních dopadů mohou nabývat pěti stupňů (VM, M, S, V, ZV), které mají tento význam:

- *VM je velice malá pravděpodobnost výskytu*
- *M je malá pravděpodobnost výskytu*
- *S je střední pravděpodobnost výskytu*
- *V je velká pravděpodobnost výskytu*
- *ZV je zvlášť vysoká pravděpodobnost výskytu“* (Fotr a Souček, 2010, s. 144)

Opatření ke snížení rizika

Jakmile dojde k identifikaci rizik, je vhodné navrhnout preventivní opatření, která pomohou snížit konkrétní významná rizika. Mezi opatření na snížení rizika patří diverzifikace, dělení rizika, transfer rizika na jiné subjekty, pojištění, etapový přístup k projektu aj.

- diverzifikace

Cílem je umělé snížení poptávky po jednom produktu či skupině produktů tak, aby bylo kompenzováno zvýšení poptávky po jiné skupině produktů.

- dělení rizika

Jedná se o další způsob snižování rizika, které se rozdělí mezi dva, či více účastníků, kteří se společně podílejí na realizaci podnikatelského plánu.

- transfer

Transfer patří mezi oblíbené způsoby snížení rizika. Jedná se o tzv. transfer neboli přesun rizika na jiné subjekty – dodavatele, odběratele. Přesun rizika se uskutečňuje

uzavíráním dlouhodobých smluv, uzavíráním kontraktů na prodej výrobků a služeb za předem stanovených podmínek či pronájmem výrobního zařízení formou leasingu.

- pojištění

Jedná se o speciální druh přenosu rizika. Negativní dopady rizika se přenášejí na pojišťovnu, která tyto škody či ztráty kryje. Výše a podmínky krytí jsou definovány podmínkami sjednanými v pojistné smlouvě.

- etapová příprava a realizace

Etapový přístup spočívá v tom, že se projekt rozdělí na několik etap. Každá etapa je sestavována samostatně, takže je připraveno několik variant pokračování podnikatelského plánu, které však závisí na výsledcích předchozí etapy. (Srpová, Svobodová, Skopal a Orlík, 2011)

2.2.10 Finanční plán

„Sestavení finančního plánu, který promítá podnikatelský záměr do peněžních toků, je završením tvorby podnikatelského plánu. Je spojovacím článkem mezi představami a touhami vlastníků podniku, případně jeho managementu a realitou. Ověřuje reálnost podnikatelského záměru, případně přesvědčuje investora o jeho výnosnosti.“ (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007, s. 127)

Rozvaha

Rozvaha podniku představuje uspořádání na majetek podniku – aktiva a jeho financování – pasiva ke dni, ke kterému se rozvaha sestavuje. V rozvaze platí bilanční rovnost mezi aktivy a pasivy firmy. Mezi základní princip účetní evidence patří princip souvztažnosti, jenž vyznačuje souvislost mezi spotřebou majetku v jedné formě a nárůstem podnikového majetku v jiné formě. Aktiva podniku obsahují jeho majetek a jsou dopadem investičních rozhodnutí z minulosti. Aktiva jsou v rozvaze uspořádány dle úlohy, kterou v podniku plní a dle času, po který jsou v podniku vázány. Majetek je tvořen dlouhodobým majetkem a oběžným majetkem. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007)

Na straně pasiv se v rozvaze nachází zdroje financování majetku a jejich kompozice je označována pojmem finanční struktura podniku či kapitálová struktura. Obsahuje strukturu podnikového kapitálu, ze kterého je placen jeho fixní majetek a část oběžného majetku, která má trvalý charakter. V rozvaze je na prvním místě zdůrazněné členění zdrojů financování na vlastní a cizí, na druhém místě na dlouhodobé a krátkodobé. Základní struktura rozvahy je znázorněna v Tab. č. 2.2. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007)

Tab. 2.2 Struktura rozvahy

Majetek - aktiva		=	Kapitál - pasiva		
dlouhodobý	hmotný		vlastní	vkłady majitelů	dlouhodobý
	nehmotný			nerozdělený zisk	
	finanční		cizí	dlouhodobé závazky	krátkodobý
krátkodobý	zásoby				
	pohledávky				
	prostředky na účtech				
hotovost					

Zdroj: vlastní zpracování dle předlohy (Veber a Srpová, 2008)

Odpisy

„Odpisy jsou peněžním vyjádřením postupného opotřebení dlouhodobého majetku za určité období. Jejich hlavní funkcí je zabezpečit proces postupného přenosu ceny tohoto majetku do nákladů, tím postupně snižovat jeho výši a zajistit jeho obnovu. Z hlediska finančního hospodaření podniku jsou odpisy stabilním interním finančním zdrojem. Částku odpisů získává podnik inkasem tržeb, tj. v cenách prodané produkce. Podnik sám rozhoduje, zda je využije na krytí provozních potřeb, splátky dluhů nebo k financování dlouhodobého rozvoje. Z hlediska zdrojového jsou odpisy pro podnik výhodnější než zisk, protože nepodléhají zdanění. Velikost odpisů závisí na rozsahu investičního majetku, jeho ocenění, odpisových sazbách a použité metodě odepisování. V praxi existují daňové a účetní odpisy. Daňové odpisy vymezuje v České republice zákon o dani z příjmů, který umožňuje volit buď rovnoměrné, nebo zrychlené odepisování. Zrychlené odepisování přispívá k rychlejší obnově a modernizaci majetku podniku a snižuje daňový základ. Účetní odpisy by měly co nejvěrněji zachytit skutečné opotřebení majetku. Podniky si je určují samostatně.“ (Veber a Srpová, 2008, s. 108)

Společnost SINER reality bude odepisovat dlouhodobý hmotný majetek ve výši 40 000 Kč rovnoměrným odpisováním. (viz. Tab. č. 2.3 a vzorec 2.1.)

Tab. 2.3 Odpisová tabulka sazeb pro rovnoměrné odpisování

odpisová skupina	v prvním roce odpisování	v dalších letech odpisování	pro zvýšenou vstupní cenu
1	20	40	33,3
2	11	22,25	20
3	5,5	10,5	10
4	2,15	5,15	5
5	1,4	3,4	3,4
6	1,02	2,02	2

Zdroj: vlastní zpracování dle předlohy (Kašík, 2013)

Vzorec pro výpočet rovnoměrného odpisu vychází z knihy Kašík (2013, s. 65):

$$\text{Roční odpis (Kč)} = \frac{\text{vstupní cena (Kč)} \cdot \text{roční odpisová sazba (\%)}}{100 (\%)} \quad (2.1)$$

Zdroje financování

Pořízení majetku je možno financovat vlastními prostředky podnikatele či jeho společníků, tj. vlastním kapitálem, anebo cizími zdroji, tj. půjčkami. (Srpová a Řehoř, 2010)

- Vlastní kapitál

Dle Srpová a Řehoř, 2010, s. 315 „*Vlastní kapitál představuje nejdůležitější zdroj financování, který má firma dlouhodobě k dispozici. Vlastník, který vkládá peněžní prostředky do firmy, je zpravidla tvůrcem podnikatelského záměru a současně hlavním nositelem jeho úspěchu a případně i neúspěchu, tj. rizika podnikání. Vlastní kapitál je vložen do firmy na neomezenou dobu, proto jej považujeme za trvalý zdroj financování. Vlastní kapitál tvoří:*

- *základní kapitál*
- *kapitálové fondy*
- *rezervní fond a ostatní fondy ze zisku*
- *nerozdělený výsledek hospodaření minulých let*
- *hospodářský výsledek běžného účetního období.“*

Základní kapitál

„Je tvořen peněžitými i nepeněžitými vklady společníků společnosti, přičemž tyto vklady, resp. Jejich minimální výše, jsou dány příslušným právním předpisem nebo tak vlastník činí dobrovolně. V případě vkladů v nepeněžité formě je nutné jejich ocenění obvyklou tržní cenou.“ (Martinovičová, Konečný a Vavřina, 2019, s. 40)

- Cizí zdroje

„Cizí zdroje financování představují finanční zdroje, které firma získala od jiných právnických nebo fyzických osob formou půjček. Obvykle za ně firma platí zápůjční cenu ve formě úroku. Cizími zdroji firma disponuje pro určitou dobu, pak je musí splatit. Podle doby, na kterou má firma tyto zdroje k dispozici, rozlišujeme: dlouhodobé a krátkodobé cizí zdroje financování. Splatnost dlouhodobých cizích zdrojů financování je delší než jeden rok, splatnost krátkodobých cizích zdrojů financování je kratší než jeden rok. Mezi cizí zdroje financování patří:

- rezervy
- dlouhodobé závazky
- krátkodobé závazky
- bankovní úvěry a výpomoci.“ (Srpová a Řehoř, 2010, s. 316)

Výnosy a náklady

„Náklady představují hodnotově vyjádřenou spotřebu majetku podniku, který podnik účelně vynaložil na získání výnosů. Výnosy jsou hodnotově vyjádřené výsledky činnosti podniku za určité období. Rozdílem výnosů a nákladů je výsledek hospodaření za dané období. Náklady i výnosy nemusí být spojené s hotovostními toky daného období. Např. může dojít k výrobě výrobků, které nebyly prodané, nebo k prodeji výrobků, za které odběratel ještě nezaplatil. Jiným příkladem jsou náklady, u nichž nedošlo k vynaložení peněz (např. odpisy, tvorba rezerv).“ (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007, s. 132)

Tržby

„Představují peněžně oceněné realizované prodeje výrobků, zboží a služeb v daném účetním období. Tržby jsou rozhodující složkou výnosů a vytváří hlavní finanční zdroj podniku, který slouží k úhradě jeho nákladů a daní, výplatě dividend a jeho rozšířené reprodukci.“ (Martinovičová, Konečný a Vavřina, 2019, s. 49)

Výsledek hospodaření

Jak tvrdí Martinovičová, Konečný a Vavřina (2019), výsledek hospodaření je dán rozdílem výnosů a nákladů firmy. V případě, že rozdíl je kladný, jedná se o zisk, v opačném případě se jedná o ztrátu.

Výkaz zisku a ztráty

Výkaz zisku a ztráty zachycuje výsledek hospodaření. Eviduje výnosy, náklady, a výsledek hospodaření za určité časové období v členění na provozní, finanční a mimořádné. (Veber a Srpová, 2008)

Příjmy a výdaje

„Příjmy jsou peněžní částky, které firma skutečně získala za prodané výrobky nebo služby.“ (Veber a Srpová, 2008, s. 151)

„Výdaj je úbytek peněžních prostředků firmy a nemusí znamenat tvorbu hodnoty. Výdaj se stává nákladem jen tehdy, pokud bezprostředně vstoupí do tvorby výrobku, práce nebo služby.“ (Veber a Srpová, 2008, s. 151)

Cash flow

„Výkaz o peněžních tocích podává informaci o pohybu peněžních prostředků firmy v souvislosti s její podnikatelskou činností za určité období. Obsahuje příjmy a jejich strukturu, výdaje a jejich strukturu a peněžní tok (rozdíl mezi příjmy a výdaji za určité období).“ (Veber a Srpová, 2008, s. 153)

Peněžní toky podniku lze pozorovat dvěma metodami. Přímá metoda zaznamenává příjmy a výdaje firmy. Nepřímá metoda se v praxi používá častěji a je sestavena z údajů finančního účetnictví. (Veber a Srpová, 2008)

3 Založení a provoz realitní kanceláře

V této kapitole bude vytvořena praktická část týkající se zpracování podnikatelského plánu.

3.1 Titulní strana

Logo společnosti: je znázorněno v Obr. č. 3.1.

Obr. 3.1 Logo společnosti



Zdroj: vlastní zpracování

Název společnosti:	SINER reality, s.r.o.
Sídlo společnosti:	Nádražní 1248/16, Ostrava, 702 00
Zakladatel společnosti:	Valérie Sinérová
Kontaktní osoba:	Valérie Sinérová, funkce: jednatel telefon: +420 731 708 123 email: valerie.sinerova@siner-reality.cz
Právní forma:	společnost s ručením omezeným
Předmět podnikání:	realitní zprostředkování
Datum založení společnosti:	01. 10. 2020
Datum zahájení podnikání:	01. 11. 2020
Výše základního kapitálu:	200 000 Kč

3.2 Exekutivní souhrn

Cílem podnikatelského plánu je vypracování návrhu na založení realitní společnosti SENER reality, společnost s ručením omezeným. Jedinou zakladatelkou a jednatelkou společnosti bude Valérie Sinérová. Majitelka společnosti zaměstná asistentku kanceláře na prozatímní poloviční úvazek a součástí týmu budou také dva kolegové – oba pracující jako osoby samostatně výdělečně činné. Výše základního kapitálu je stanovena na 200 000 Kč. Společnost SENER reality sídlící v centru Ostravy se bude zabývat zprostředkováním pronájmu a prodeje nemovitostí v Moravskoslezském kraji. Realitní společnost SENER reality bude orientována především na komerční průmyslové nemovitosti - výrobní areály, výrobní a skladové prostory a dále také na obchodní prostory, stavební pozemky a činžovní domy. Svým klientům poskytne několik forem prodeje nemovitostí: přímý prodej, prodej formou výběrového řízení a dražby. Majitelka společnosti si zakládá na zprostředkování služeb na profesionální úrovni a na maximální informovanosti sebe a svých kolegů v oblasti realitního trhu. Díky zaměření se na komerční průmyslové nemovitosti bude společnost SENER reality spolupracovat především s investory a malými fondy, kterým poskytne profesionální poradenství týkající se jejich nemovitostí. Dále jim také poskytne pomoc s výběrem správné formy prodeje, pokud se rozhodnou svou nemovitost prodat. Společnost bude pro tuto klientelu také aktivně vyhledávat investiční nemovitosti ke koupi. Pokud k obchodnímu případu dojde a investor koupí výnosovou nemovitost, realitní společnost se dále postará o budoucí nájemce. Vzhledem k orientaci společnosti na komerční nemovitosti je zde také možný budoucí vyšší výnos z prodeje a pronájmu nemovitostí.

Pořizovací náklady realitní kanceláře SENER reality činí 107 700 Kč. Tato částka zahrnuje vybavení kanceláře, náklady na propagaci a náklady spojené se založením společnosti. Tyto náklady budou pokryty vlastními zdroji. Výše měsíčních a ročních tržeb za zprostředkování pronájmu a prodeje nemovitostí je odhadnuta na základě předchozích zkušeností majitelky společnosti, která již několik let v realitním trhu podniká. Hodnota tržeb je založena na minimálních částkách, kterou by měl každý realitní makléř vydělat vzhledem k nákladům spojeným s podnikáním. Výše měsíčních a ročních nákladů je založena na reálných částkách, které se mohou samozřejmě lišit v případě měnícího se objemu jednotlivých nákladů. Přehled peněžních prostředků je zpracován ve finančním plánu.

3.3 Analýza trhu

V této kapitole bude provedena analýza vnitřního a vnějšího okolí podniku, která pomůže majitelce společnosti prostřednictvím vhodných metod odhalit budoucí příležitosti a překážky, se kterými by se mohl podnik potýkat. Nejprve bude použita SWOT analýza, pomocí které se provede rozbor vnějšího a vnitřního prostředí. Následovat bude SLEPT analýza, jenž se zaměří na zkoumání vnějšího okolí podniku, převážně makrookolí. Porterův model konkurenčních sil bude aplikován k analýze konkurenčního prostředí podniku, konkrétně mezoprostředí.

3.3.1 SWOT analýza

SWOT analýza se skládá z interní a externí části. Interní část obsahuje silné a slabé stránky, které dokážeme sami ovlivnit. Externí část se skládá z příležitostí, které nám nabízí okolí, a z hrozeb, které náš podnik ohrožují. V Tab. č. 3.1. je přehledně zpracována SWOT analýza.

Tab. 3.1 Aplikace SWOT analýzy na společnost SENER reality

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">• rozsáhlý výběr metod prodeje• dlouhodobá spolupráce s investory a malými fondy• ekonomická studie zaměřená na výnos činžovních domů• aktivní vyhledávání stavebních pozemků pro komerční účely• zaměření se na komerční průmyslové nemovitosti• spolupráce s IT specialisty• úzká spolupráce s konkrétními bankami• období krize je přínosem pro realitní trh	<ul style="list-style-type: none">• zaškolení a kontrola nad zaměstnanci• společnost bez historie a recenzí
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none">• zákon o realitním zprostředkování• rozšíření poboček	<ul style="list-style-type: none">• konkurence realitních společností• realizace obchodních případů bez využití realitní kanceláře• nesouměrnost poptávky a nabídky

Zdroj: vlastní zpracování

Silné stránky:

- Společnost SENER reality bude poskytovat klientům rozsáhlý výběr metod prodeje: přímý prodej, výběrové řízení, dobrovolná dražba.
- Dlouhodobá spolupráce s investory a malými fondy – v případě koupě investiční nemovitosti provede společnost SENER reality ekonomickou analýzu objektu a novým majitelům bude nabízet další služby týkající se pronájmu nemovitosti tak, aby byl z dané investice co nejvyšší možný výnos v dalších letech
- V posledních letech ustupuje poptávka po obchodních a kancelářských prostorech v centru města Ostravy. Majitelům činžovních domů se vyplácí tyto výnosové nemovitosti zrekonstruovat na bytové jednotky, a tak bude společnost SENER reality tyto jednotky snáz pronajímat oproti kancelářským a obchodním prostorům
- Aktivní vyhledávání vhodných stavebních pozemků a prostorů k pronájmu či prodeji pro maloobchodní řetězce
- Zaměření se především na komerční průmyslové nemovitosti a s tím spojený možný budoucí vyšší výnos z prodeje a pronájmu
- Propagační materiály s profesionálními fotografiemi jednotlivých inzerátů umístěné na inzertních serverech s nemovitostmi
- Úzká spolupráce s konkrétními bankami při vyřizování investičních úvěrů a s tím spojená odměna pro naši společnost
- V období krize se paradoxně poptávka o naše nemovitosti zvýší díky našemu zaměření se především na komerční nemovitosti – v důsledku klesající poptávky po výrobcích podniky snižují výrobní kapacitu, nepotřebují tak velké výrobní prostory, které vedou k vyšším nákladům, a stěhují se tak do menších prostorů. Při nastartování hospodářství se poptávka opět zvýší v důsledku vyhledávání větších prostorů.

Slabé stránky:

- Vynaložené úsilí na zaškolení nových zaměstnanců, neustálá kontrola nad zaměstnanci – možný únik dat, především kontaktů na investory, budoucí klienty, movité osoby
- Společnost bez historie a bez recenzí

Příležitosti:

- Zákon o realitním zprostředkování – eliminace neseriózních realitních kanceláří
- Rozšíření poboček do jiných měst, například: Brno, Praha

Hrozby:

- konkurence realitních kanceláří
- realizace realitních obchodních případů bez využití služeb realitní kanceláře
- Nesouměrnost poptávky a nabídky po nemovitostech – v případě převažující poptávky nad nabídkou mají realitní makléři potíže při shánění volných prostorů poptávajícím.

Strategie SO

Vzhledem k náplni práce společnosti SENER reality, která bude soustředěna na zprostředkování nemovitostí určených ke komerčnímu účelu, je přehledná a dokonale propracovaná propagace individuálních nemovitostí na inzertních serverech velmi důležitá. Společnost SENER reality bude klást důraz na profesionalitu a znalost realitního trhu, a tak příchod nového realitního zákona bude pro společnost velkým přínosem. Neserióznost jiných realitních kanceláří povede zákazníky hledat profesionální zprostředkovatele a společnost SENER reality tak bude mít prostor se zviditelnit, ukázat své přednosti a dostat se do povědomí okolí. Jakmile bude společnost dosahovat viditelných výsledků, dojde k postupnému rozšíření poboček do jiných měst. Tyto pobočky pak spolu budou dále spolupracovat.

Strategie ST

Jak již bylo zmíněno, cílem společnosti SENER reality bude především zprostředkování komerčních nemovitostí. Důraz bude kladen na profesionální a kvalitní přístup, a to jak k majitelům nemovitostí, tak i ke klientům. V případě dodržení těchto zásad společnost SENER reality nebude konkurence nijak ohrožovat, poněvadž klienti nebudou mít důvod vyhledávat jinou realitní společnost a v případě budoucí potřeby osloví opět společnost SENER reality. Vzhledem ke složitosti celého procesu zprostředkování komerčních nemovitostí majitelé skoro vždy osloví realitní kancelář. Nemovitost si většinou neinzervují svépomocí. Inzerce obchodních případů mimo realitní kancelář by společnost SENER reality neměla nijak negativně ovlivňovat.

Strategie OW

Ačkoliv společnost SENER reality bude nově vzniklá společnost na trhu bez historie a recenzí, majitelka společnosti vynaloží úsilí o dostání se do podvědomí lidí a budování dobrého jména firmy. Velice náročný proces na čas je hledání nových a vhodných kolegů, kteří se budou podílet na výsledcích společnosti. Zaškolení spolupracovníků bude stát majitelku čas, úsilí a peníze, avšak skvělá připravenost do světa realit může firmě přinést velice kladné výsledky, které pomůžou firmě nejen z finanční stránky, z hlediska spokojenosti klientů, ale i z hlediska možnosti rozšířit svou působnost do jiných měst.

Strategie WT

Snahou společnosti SENER reality bude vybudování dobrého jména společnosti. Na tomto bude mít svůj podíl nejen majitelka, ale také její kolegové pracující v této společnosti. Velice důležité je zaškolení pracovníků na vysoké úrovni tak, aby firmě v budování jejího dobrého jména pomáhali. Spokojení klienti se tak budou vracet do společnosti SENER reality, aniž by v budoucích případech měli potřebu vyhledávat jinou společnost.

3.3.2 SLEPT analýza

SLEPT analýza identifikuje a zkoumá vnější prostředí podniku, které ovlivňuje každou organizaci. Analýza se zaměřuje na sociální, legislativní, ekonomické, politické a technologické faktory, které společnost do jisté míry ovlivňují.

Sociální prostředí

Ostrava čítá necelých 300 tisíc obyvatel. Osoby ekonomicky pasivní, tedy studenty, město láká především svým bohatým výběrem prestižních vysokých škol, které studentům nabízí výuku v několika oborech. Ačkoli mohou mladí lidé využívat k bydlení studentské koleje, často se nechtějí vázat ubytovacími podmínkami a upřednostní bydlení ve studentských bytech poblíž škol či centra města. Činí tak především proto, že bydlení mimo koleje studentům poskytuje větší volnost a pohodlí. Většina majitelů bytů nemá časový prostor se pronájmy zabývat, a tak vyhledávají zprostředkovatele, kteří tuto činnost konají za ně.

Další velkou část populace města tvoří obyvatelé produktivního věku, mezi nimi také investoři, kteří vlastní v centru či v blízkosti centra města své výnosové nemovitosti, zejména bytové domy a komerční areály. Jedná se o výrobní, skladové, prodejní či obchodní prostory, na které se společnost SENER reality bude zaměřovat a aktivně bude pro ně vyhledávat budoucí nájemce či nové majitele těchto nemovitostí.

Společnost SENER reality se nebude soustředit pouze na město a blízké okolí Ostravy, ale také na celý Moravskoslezský kraj, který nabízí velké množství komerčních areálů, bytových domů, volných stavebních pozemků a obchodních a prodejních ploch v jiných městech.

Nemalá část obyvatelstva pracuje ve výrobních podnicích, kterým se zde velice dobře daří. S růstem objemů výroby již nedostačuje personální, logistický či zásobovací útvar a společnost vyhledává v rámci města větší prostory, aby své zákazníky dokázala uspokojit. Některé podniky také rozšiřují své podniky do jiných měst.

Právní (legislativní) prostředí

Zásadní změna nastala dne 1. ledna 2014, kdy nabyl účinnosti zákon č. 89/2012 Sb., Nový občanský zákoník a zákon č. 90/2012 Sb., Obchodní korporace.

Dne 03. 03. 2020 nabyl účinnosti zákon č. 39/2020 Sb., zákon o realitním zprostředkování, který pro realitní makléře přinesl řadu změn:

- doposud volná činnost bude nahrazena činností vázanou
- bezúhonnost realitního makléře
- povinné pojištění realitních makléřů
- úschova peněžních prostředků mimo realitní kancelář
- smlouva o zprostředkování mezi klientem a realitním zprostředkovatelem pouze v písemné podobě
- ukotvení sjednané částky provize za odvedenou činnost realitním makléřem do smlouvy o zprostředkování
- realitní činnost mohou vykonávat lidé:

mající vysokoškolské vzdělání na magisterské úrovni s podporovanými obory
nebo

mající vysokoškolské vzdělání v bakalářském programu, 1 rok praxe a absolvování mezinárodně uznávaného kurzu se zaměřením na nemovitosti organizovaného na státem akreditovaném ústavu

nebo

mající vysokoškolské, vyšší odborné nebo střední vzdělání s maturitou a 3 roky praxe v oboru

nebo

mající profesní kvalifikaci pro činnost realitního zprostředkovatele.

Mezi důležité změny zakotvené v Novém občanském zákoníku pro realitní trh patří:

- zánik předkupního práva v rámci spoluvlastnictví – spolumajitel může prodat svůj podíl na nemovitosti bez povinnosti nabídnout jej nejdříve spolumajitelům
- prodloužení doby reklamace koupené nemovitosti – s příchodem Nového občanského zákoníku lze skryté vady na nemovitosti reklamovat do pěti let, oproti předešlým šesti měsíců od nabytí nemovitosti

- vztah mezi pronajímatelem a nájemcem – větší práva nájemce
- stavba součástí pozemku – je-li vlastník pozemku a stavby totožný, dojde ke sloučení a stavba se stává součástí pozemku

Od roku 2015 jsou majitelé nemovitosti, realitní makléři, insolvenční správci či jiní zprostředkovatelé povinni předložit kupujícím průkaz energetické náročnosti budovy.

O rok později, konkrétně v roce 2016 nastala další důležitá změna: poplatníkem daně z nabytí nemovitosti ve výši 4 % z prodejní ceny se stal kupující, dříve tuto částku platil prodávající.

Ekonomické prostředí

Ekonomické prostředí je neustále ovlivňováno celosvětovým hospodářským vývojem a politikou státu. Je tvořeno několika faktory, které se vzájemně propojují. Pro naši společnost zde hraje důležitou roli HDP, inflace, úroková míra a obecná míra nezaměstnanosti.

- HDP

Hrubý domácí produkt je ukazatel, za pomoci něhož se měří celková výkonnost ekonomiky určitého státu. Ukazatel je součtem veškerého zboží a služeb, které se vyprodukuje za určité období na území konkrétního státu. V České republice se udává v peněžních jednotkách - českých korunách a výsledek v procentech udává meziroční růst nebo pokles.

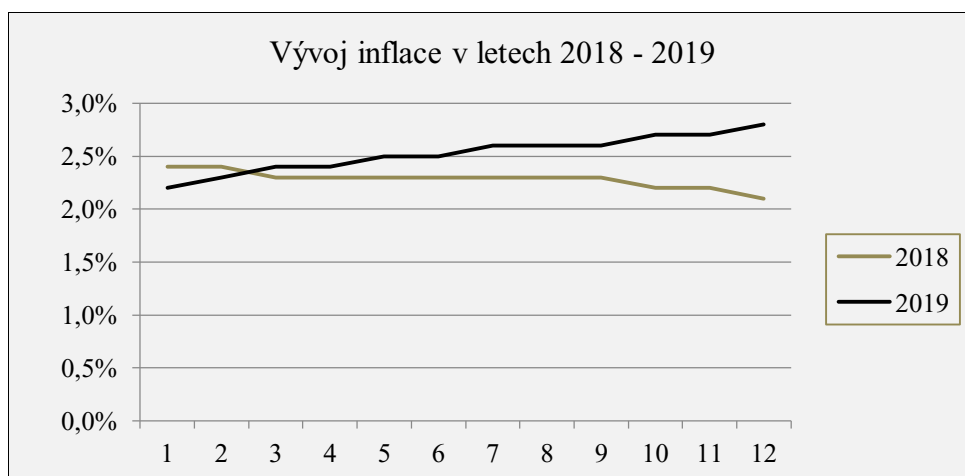
Podle českého statistického úřadu hrubý domácí produkt vzrostl v roce 2019 podle předběžného odhadu o 2,4 %. Ve 4. čtvrtletí hrubý domácí produkt mezičtvrtletně vzrostl o 0,2 % a meziročně se hrubý domácí produkt zvýšil o 1,7 %.

Tento ukazatel má pro realitní společnost SENER reality pozitivní vliv. S růstem hrubého domácího produktu roste poptávka klientů a také jejich chuť nakupovat, zejména úspěšní majitelé podniků investují své vydělané peníze do nemovitostí, pozemků, činžovních domů či bytových domů.

- Inflace

Dle českého statistického úřadu průměrná roční míra inflace v roce 2019 činila 2,8 %. V loňském roce průměrná roční míra inflace činila 2,1 %, došlo tedy ke zvýšení míry inflace o 0,7 procentních bodů oproti předchozímu roku.

Graf. 1 Vývoj inflace v letech 2018 a 2019



Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

Tato až malá čísla týkající se růstu cen se na realitním trhu rapidně neprojeví. Ceny na realitním trhu se zvyšují díky poptávce, která je definována například lokalitou nemovitostí. Lze uvést příklad, kdy ceny bytů v Praze rapidně rostou až o několik procent ročně. Naopak tomu je v postižených regionech, zejména v Karviné či Orlové, kde se tyto oblasti potýkají s odlivem obyvatel a ceny nemovitostí nerostou, spíše klesají. V tomto případě má inflace nepatrný vliv na růst cen nemovitostí.

- Úroková míra

V případě zvýšení úrokové míry se realitní trh potýká se snížením poptávky po nemovitostech, naopak v případě snížení úrokové míry se realitní trh oživí a tento fakt platí jak pro investování do nemovitostí pro komerční účely, tak i pro koupi bytových jednotek, rodinných domů či pozemků.

- Obecná míra nezaměstnanosti

Je ukazatelem podílu nezaměstnaných osob ve věku od 15 do 64 let k pracovní síle, tedy k součtu zaměstnaných a nezaměstnaných osob. Dle českého statistického úřadu ve čtvrtém čtvrtletí roku 2018 činila obecná míra nezaměstnanosti 2,0 %. Ve čtvrtém čtvrtletí roku 2019 se obecná míra nezaměstnanosti nezměnila a její výše činila taktéž 2,0 %.

Tab. 3.2 Přehled hodnot obecné míry nezaměstnanosti

Obecná míra nezaměstnanosti (%)							
1. čtvrtletí 2018	2. čtvrtletí 2018	3. čtvrtletí 2018	4. čtvrtletí 2018	1. čtvrtletí 2019	2. čtvrtletí 2019	3. čtvrtletí 2019	4. čtvrtletí 2019
2,4	2,2	2,3	2,0	2,0	1,9	2,1	2,0

Zdroj: vlastní zpracování

Z Tab. č. 3.2 vyplývá, že obecná míra nezaměstnanosti ve 4. čtvrtletí roku 2018 a 2019 zůstala stejná, tedy ve výši 2,0%. Zvýšení obecné míry nezaměstnanosti může mít na společnost SENER reality negativní dopad, a to zejména ve spojení s obtížným vyhledáváním vhodných budoucích zaměstnanců.

Politické prostředí

Zde stojí zmínit zákon o realitním zprostředkování (Zákon č. 39/2020 Sb., zákon o realitních kancelářích), jenž nabyl účinnosti dne 03. 03. 2020. Prospěje především realitnímu prostředí a povede také k vyšší důvěryhodnosti obyvatel vůči realitním společnostem. Již v minulosti jsme mohli vidět snahy o prosazení zpřísnění podmínek v realitním trhu, avšak až nyní máme k dispozici nový zákon platný od letošního roku.

Technologické prostředí

Dnešní doba nabízí společnostem velké množství forem prezentace, jak z hlediska úspěšnosti, tedy svých dosažených výsledků, tak i možnosti propagace a zvýšení viditelnosti celého podniku.

Společnost SENER reality bude tuto možnost plně využívat a snažit se tak o maximální uspokojení jak našeho zákazníka, tak také o usnadnění si naší práce a úspory našeho času. Ten pak následně budeme moci věnovat jiným oblastem náplně naší práce. Především se zaměříme na ověření úplnosti a pravdivosti informací našich nabízených

nemovitostí, které budou propagovány na několika známých placených serverech. Každý inzerát bude obsahovat náležité informace o dané nemovitosti, součástí inzerátu budou profesionální fotografie (s využitím dronu) a informace týkající se nájemného či prodejní ceny v případě, že se jedná o nabídku přímého prodeje. Naše práce nebude spočívat pouze ve zveřejnění inzerátu a v následné čekání na potenciálního zájemce, ale k rychlejšímu vyhledávání nových nájemců či vlastníků nemovitosti budou využívány dva programy. První nejmenovaný program bude naše nové nabídky na realitních serverech automaticky zasílat potenciálním klientům z naší databáze. Druhý program bude spočívat v uskladňování dat návštěvníků do databáze. Z té například budeme schopni vyčíst, kolikrát se daný návštěvník na inzerát podíval a o jakou firmu se popřípadě jedná. Tento program také automaticky do již zmiňované databáze zapíše také kontaktní údaje o firmě – její email a telefonní číslo. Jestliže realitní makléř vyčte, že se daná firma o inzerát zajímá a dívala se na něj alespoň tři krát, pak je vhodné firmu oslovit a poskytnout jí podrobnější informace o nemovitosti, popřípadě s ní domluvit nezávaznou prohlídku.

3.3.3 Porterův model konkurenčních sil

Jak bylo již zmíněno v teoretické části, porterův model konkurenčních sil je založen na pěti faktorech: vnitřní konkurence, nová konkurence, zpětná integrace, dopředná integrace a riziko konkurence substitutů.

Vnitřní konkurence

V Moravskoslezském kraji aktuálně působí na trhu celkem 298 realitních kanceláří, což lze považovat za velmi vysoké číslo vzhledem k počtu obyvatel tohoto kraje, což k 01. 01. 2019 činilo 1 203 299 osob. Pravdou však je, že mezi hlavní konkurenty společnosti SINER reality lze zařadit pouze několik realitních kanceláří, které se soustředí na stejný, či podobný záměr – zprostředkování komerčních nemovitostí. Za konkurenční realitní kanceláře vzhledem k počtu inzerátů a náplni práce realitních kanceláří v Moravskoslezském kraji lze považovat: realitní kancelář STING s.r.o, KAKTUS Reality s.r.o., NAXOS a.s., RE/MAX Profit, I.E.T. Reality s.r.o a M&M reality holding, a.s.

Nová konkurence

Za potencionální konkurenci společnosti SENER reality lze považovat v podstatě každou nově založenou realitní společnost, která hodlá na realitní trh vstoupit se stejným záměrem. Je tedy velice důležité provádět kvalitní práci tak, aby klienti ke společnosti SENER reality měli důvěru a vraceli se k ní na základě předchozích zkušeností či doporučení. Mezi další potencionální konkurence patří internetový server s názvem bezrealitky.cz, který nabízí svým zákazníkům inzerování nemovitostí bez zprostředkovatele, tedy bez realitní společnosti. Zákazníky internetového serveru bezrealitky.cz láká možnost pronájmu či prodeje nemovitosti, aniž by majitel platil provizi za zprostředkování služby realitní společnosti. Tuto službu využívají především majitelé za účelem pronájmu či prodeje bytových jednotek. Vzhledem k náročnosti z právního ale i z obchodního hlediska zprostředkování prodeje či pronájmu komerčních nemovitostí majitelé tuto službu příliš nevyužívají. Může se však stát, že se v budoucnu služby serveru bezrealitky.cz zdokonalí a společnosti SENER reality může do jisté míry konkurovat.

Zpětná integrace

Na realitním trhu působí řada majitelů, která se snaží svépomocí prodat či pronajmout své nemovitosti formou inzercí na již zmiňovaném internetovém serveru bezrealitky.cz, ale také například na serveru bazos.cz či hyperinzerce.cz. Důvod jejich rozhodnutí je prostý - nemusí platit provizi realitní kanceláři. Pokud se jedná o pronájem bytových jednotek - ať už pro jednotlivce, páry či studenty, je tento realitní obchod z hlediska náročnosti v celku jednoduchým a rychlým procesem. V takovém případě je zrealizování obchodního případu bez zprostředkovatele dostačující. Pokud se však jedná o prodej výnosového komerčního areálu, je potřeba věnovat takovému obchodnímu případu velké množství času nejen z právního hlediska, ale také zjišťováním informací o dané nemovitosti a vytvářením portfolia nemovitosti, které by mělo mít určitý standard. Lidé mající zájem kupovat výnosové nemovitosti server bezrealitky.cz příliš nevyhledávají. Spoléhají se na kvalitní realitní společnosti, které potencionálnímu kupujícímu poskytnou veškerý servis spojený s prodejem či pronájmem dané nemovitosti. Další možnou odpovědí na otázku, proč majitelé nechtějí využívat realitní zprostředkovatele, může být i fakt, že s nimi mají špatnou zkušenost, a proto nemovitost pronajímají či prodávají na vlastní pěst.

Dopředná integrace

Z realitní praxe se nestává, že by si klienti realitních společností zakládali vlastní realitní společnosti a nabízeli tak své či jiné nemovitosti k prodeji či pronájmu.

Riziko konkurence substitutů

Mezi další konkurenci společnosti SENER reality lze zařadit tzv. prostředníky, kteří aktivně vyhledávají potencionální zájemce o nemovitosti, které realitní společnosti nabízejí prostřednictvím inzertních serverů. Jejich práce funguje na aktivním vyhledávání možného nájemce či kupce určité nemovitosti, kterou realitní společnost inzeruje. Poté prostředník osloví realitní kancelář a vyjednává s konkrétním makléřem budoucí možnou provizi v případě uskutečnění obchodního případu. Tito lidé v zásadě nemají žádnou aktivní živnost z realitní oblasti, pouze si takto přivydělávají.

3.4 Popis podniku

Společnost pod názvem SENER reality bude prestižní realitní společnost, společnost s ručením omezeným. Společnost získá živnostenské oprávnění k provozování vázané činnosti, která je uvedena v zákoně č. 455/1991 Sb., Živnostenský zákon a v Zákoně č. 39/2020 Sb., Zákon o realitním zprostředkování. Základní kapitál společnosti bude činit 200 000 Kč a firma bude plátcem DPH. Zakladatelkou této společnosti a rovněž jediným vlastníkem je Valérie Sinérová. Vlastník má živnostenské oprávnění k provozování činnosti na základě předchozí čtyřleté praxe v již existující nejmenované realitní společnosti a dále dokončenou střední školu zakončenou maturitní zkouškou. Předmětem podnikání bude zprostředkování obchodních případů v realitní oblasti, se zaměřením na komerční nemovitosti. Společnost SENER reality bude prostředníkem mezi majitelem nemovitosti a budoucím kupcem či nájemcem. Práce společnosti bude spočívat v aktivním vyhledávání potencionálních majitelů či nájemců nemovitostí, inzerování nemovitostí na prodej či pronájem, ve správném nastavení tržní kupní ceny tak, aby došlo ke střetu poptávky a nabídky, v poradenství pro obě strany – pro poptávajícího a nabízejícího, v poskytnutí právního servisu a v neposlední řadě také v uskutečnění obchodního případu.

Společnost bude nabízet několik forem prodeje nemovitostí: přímý prodej, výběrové řízení a dobrovolná dražba.

Přímý prodej je nejběžnější forma prodeje. Princip spočívá ve správném určení prodejní ceny, v inzerci na realitních serverech a v aktivním vyhledávání budoucího kupce. V poslední fázi prodeje bude prostřednictvím realitní kanceláře zajištěn právní servis pro klienta, podepsání smluv a úspěšné předání nemovitosti na základě podepsaného předávacího protokolu.

Výběrové řízení je vhodné použít u těch nemovitostí, u kterých se očekává vyšší poptávka po dané nemovitosti. Principem je prodej nemovitosti za co nejvyšší možnou tržní cenu. Pokud má potencionální kupec zájem nemovitost koupit, realitní makléř zájemci doloží veškeré podklady (informační memorandum – podrobný popis nemovitosti, návrh kupní smlouvy, vyhlášku výběrového řízení, dohodu o složení kauce (DSK), nabídkový formulář, půdorysy a další technické informace) týkající se dané nemovitosti. V případě trvajících zájmu ze strany kupujícího makléř domluví prohlídku a na místě zájemci poskytne doplňující informace. Pokud se zájemce rozhodne podat nabídku – tedy jeho nabízenou částku za nemovitost, dle podmínek VŘ uzavře DSK, zašle na bankovní účet kauci v již předem stanovené výši a doručí do realitní kanceláře zapečetěnou obálku s nabídkou, za kterou je ochoten nemovitost koupit. Kauce je vratná v případě, že nedojde k uzavření kupní smlouvy. Až skončí výběrové řízení – které trvá obvykle čtyři měsíce, realitní makléř s majitelem otevrou veškeré obálky a pokud je majitel s nejvyšší nabízenou cenou spokojen, realitní makléř osloví daného zájemce a uzavře se kupní smlouva, která je již předem zaslána a schválena zájemcem. V případě, že se střetne více zájemců s velmi podobnou nabízenou částkou za nemovitost, je vhodné tyto zájemce opět oslovit a vyzvat je v případě trvajících zájmu o navýšení své nabídky z důvodu podobných či stejných nabízených částek. V případě, že dojde k dalšímu navýšení ceny ze strany zájemců majitel, nemovitosti vybere nejvyšší nabídku a poté dochází k uzavření kupní smlouvy. Kauce se tak stává součástí kupní ceny. Pokud realitní makléř pozná, že tito zájemci jeví velkou chuť nemovitost koupit, je toto umělé navýšení ceny vhodné. Je však velice důležité chování zájemců rozpoznat a vědět, zda jejich zájem koupit je opravdu velký. Neboť při takových manévrech může dojít ke ztrátě zájemců. Jestliže o danou nemovitost v rámci výběrového řízení není žádný zájemce, je vhodné nemovitost stáhnout z prodeje a vyčkat na vhodnější dobu pro její prodej. Další metodou prodeje je dobrovolná dražba.

Dobrovolná dražba je nejtransparentnější a nejprůhlednější metoda prodeje. Probíhá v souladu se Zákonem č. 26/2000 Sb., o veřejných dražbách. Dražba se koná na návrh vlastníka nebo osoby, která je oprávněna s nemovitostí nakládat.

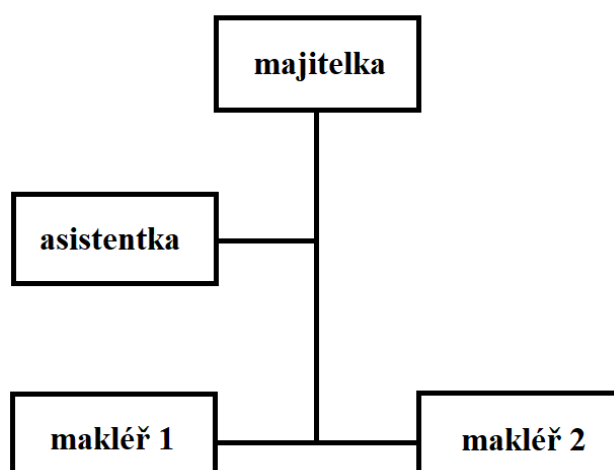
Společnost SENER reality bude klást důraz na profesionalitu vykonávané práce a na spokojenost budoucích klientů. Majitelka společnosti má v této podnikatelské oblasti již bohaté zkušenosti z předchozích let a bude z nich čerpat. Velkou výhodou pro fungování podniku jsou také obchodní kontakty, které majitelka společnosti SENER reality již v minulosti s majiteli nemovitostí navázala a na trh tak vstoupí pouze pod jinou obchodní společností. V této branži je velice důležité být v kontaktu s movitými lidmi a zároveň budovat dobré jméno firmy. Získat důvěru je však obtížné, proto je velice důležité svou práci vykonávat profesionálně.

Snem majitelky je dostat se do podvědomí budoucích klientů, nasbírat přibývajících kladných reference společnosti na základě dobře odvedené práce, zaručit spokojenost spolupracovníků a správný chod celé firmy, dále je to tvoření zisku, rozšíření spolupracovníků v ostravské pobočce a v dalších letech rozšíření působnosti do jiných měst.

3.4.1 Organizační struktura

Majitelka společnosti SENER reality plánuje zaměstnat jednu asistentku na prozatímní poloviční úvazek a dva realitní makléře pracující jako osoby samostatně výdělečně činné. Hrubá mzda asistentky na poloviční úvazek činí 15 000 Kč za měsíc. Do budoucna majitelka počítá s přibývajícím administrativním prací a asistentku tak zaměstná na plný úvazek. Odměna realitních makléřů je 50 % z provize realizované nemovitosti. Přehledné zpracování organizační struktury podniku SENER reality je k nahlédnutí v Obr. č. 3.2.

Obr. 3.2 Organizační struktura společnosti SENER reality



Zdroj: vlastní zpracování

3.4.2 Umístění podniku

Sídlo společnosti SENER reality se bude nacházet v centru Ostravy na ulici Nádražní 1248/16. Kancelář podniku je situována na viditelném a strategickém místě v blízkosti ulice Stodolní. Tato ulice je strategickým bodem také pro cizince. V okolí lze zaparkovat na několika placených parkovištích, které využijí zejména klienti. Kancelářské prostory se nachází v prvním patře historického činžovního domu bez výtahu. Tyto bude společnost využívat pro svou činnost po podpisu nájemní smlouvy s majitelem domu. Nad vchodem činžovního domu bude umístěn světelný banner s názvem společnosti pro lepší zviditelnění se, který bude součástí nájemného. Kancelářské prostory sestávají z chodby, zasedací místnosti, kuchyně, sociálního zázemí a třech průchozích místností. Nájemné za kancelářské prostory činí 15 000 Kč za měsíc včetně služeb a energií.

3.5 Obchodní plán

Předmětem podnikání společnosti SENER reality je zprostředkování prodeje a pronájmu nemovitostí na realitním trhu. Společnost SENER reality bude poskytovat majitelům nemovitostí a svým klientům profesionální servis týkající se obchodních případů. Veškeré služby budou pro klienty poskytovány v rámci provize pro realitní kancelář.

Servis poskytující majitelům nemovitostí v rámci prodeje:

- profesionální fotografie nemovitosti s využitím dronu
- inzerce nemovitosti na významných realitních serverech
- tvorba reportu 1x za měsíc – majitel získává přehled o sledovanosti inzerátu
- aktivní vyhledávání potencionálních kupců s využitím nejmenovaných automatických programů
- administrativní činnost
- uskutečnění prohlídek dané nemovitosti
- ocenění nemovitosti
- zajištění právního servisu vč. advokátní úschovy
- provedení ekonomické analýzy nemovitosti
- tvorba informačního memoranda

Pokud se jedná o prodej nemovitosti formou výběrového řízení, realitní makléř navíc zajistí vyhotovení dohody o složení kaucí a podmínky výběrového řízení.

Pokud se jedná o prodej nemovitosti formou dobrovolné dražby, realitní makléř navíc zajistí smlouvu o provedení dražby, dražební vyhlášku a znalecký posudek.

Servis poskytující majitelům nemovitostí v rámci pronájmu:

- profesionální fotografie nemovitosti s využitím dronu
- inzerce nemovitosti na významných realitních serverech
- tvorba reportu 1x za měsíc
- aktivní vyhledávání potencionálních nájemců
- ověření nájemce: schopnost platit, stabilita, udržitelnost, bezúhonnost, popřípadě historie společnosti, pod kterou nájemce vykonává svou činnost.
- administrativní činnost
- tvorba informačního memoranda
- uskutečnění prohlídek dané nemovitosti

- zajištění právního servisu – vytváření nájemní smlouvy a předávacího protokolu
- pomocná ruka ze strany makléře s přepisem energií a médií

Servis poskytnutý klientům realitní kanceláře za účelem uspokojení jejich zájmu o koupení vybrané nemovitosti:

- předložení veškerých dokumentů týkající se vybrané nemovitosti – tj. technické dokumentace stavby vč. půdorysů, katastrální mapy, listu vlastnictví, revize, účelu užívání stavby, celkového stavu a stáří budovy, znaleckého posudku
- zaslání velkého počtu kvalitních fotografií pro větší představu o dané nemovitosti
- uskutečnění prohlídky s dostatečným výkladem informací o dané nemovitosti
- pokud se jedná o výnosovou nemovitost – doložení všech nájemců včetně nájemních smluv mezi nájemci a majitelem objektu
- zajištění právního servisu (rezervační smlouva, kupní smlouva, předávací protokol) vč. advokátní úschovy
- pomoc při financování nemovitosti hypotečním úvěrem
- předložení informačního memoranda
- pokud nedojde k podpisu kupní smlouvy z jakéhokoli důvodu, realitní kancelář pro klienta začne aktivně vyhledávat jinou vhodnou nemovitost k prodeji

Servis poskytnutý klientům realitní kanceláře za účelem pronájmu určité části nemovitosti:

- předložení veškerých dokumentů týkajících se daného prostoru k pronájmu – technické dokumentace stavby vč. půdorysů určitého prostoru
- zaslání velkého počtu kvalitních fotografií pro větší představu o dané nemovitosti
- uskutečnění prohlídky
- předložení informačního memoranda
- zajištění právního servisu – nájemní smlouva, předávací protokol
- pomocná ruka ze strany makléře s přepisem energií a médií

- pokud klient z jakéhokoliv důvodu nebude s daným prostorem či s nemovitostí k pronájmu spokojen a nedojde k podpisu nájemní smlouvy, realitní kancelář pro klienta začne aktivně vyhledávat jiné vhodné prostory k pronájmu

3.5.1 Dodavatelé pro realitní kancelář SENER reality

Inzerce

Společnost SENER reality bude své nabízené nemovitosti inzerovat na těchto významných realitních serverech: Sreality.cz, iDNESreality.cz, Avízo.cz a RealityMIX.cz. Do budoucna majitelka společnosti počítá s rozšířením spolupráce s dalšími realitními servery, tento úkon bude záviset na výši peněžních prostředků firmy. Částka za inzerování jedné nemovitosti činí 2 Kč za den.

Hypoteční úvěry

V případě koupě nemovitosti formou hypotečního úvěru bude společnost SENER reality externě spolupracovat s českou bankovní institucí Moneta Money Bank. Pokud realitní makléř přivede hypotečnímu specialistovi klienta a dojde k uzavření hypotečního úvěru, bankovní instituce odmění realitní kancelář jednorázovou částkou ve výši 3 000 Kč.

Zajištění právního servisu

Realitní společnost SENER reality bude využívat právních služeb advokátní kanceláře Miketa a partneři, kteří mají dlouholetou tradici a na trhu působí již od roku 1990. Jedná se o rodinnou advokátní kancelář sídlící v Ostravě, která vyniká především svou profesionalitou. Majitelka realitní společnosti SENER reality má s výše zmíněnou kanceláří bohaté zkušenosti ze své předchozí činnosti v oblasti realit, a proto si vybrala zmíněnou advokátní kancelář. V prvních letech bude za využití právních úkonů zaplácena částka advokátní kanceláři samostatně. Jakmile budou právní služby realitní kanceláři využívány častěji, advokátní kancelář nastaví pro realitní společnost měsíční paušál, který bude realitní společnost platit každý měsíc advokátní kanceláři a právní úkony tak bude moci využívat neomezeně za stejný poplatek. Tento krok povede v budoucnu k úspoře nákladů společnosti SENER reality.

Přehled jednotlivých právních služeb, které bude realitní společnost využívat, jsou znázorněny v Tab. č. 3.3.

Tab. 3.3 Přehled právních úkonů

Právní služby	Částka
Vytvoření kupní smlouvy	1 500 – 3 000 Kč (záleží na složitosti)
Ověření podpisů	zdarma
Úschova peněžních prostředků	5 000 Kč (platí kupující)

Zdroj: vlastní zpracování

Nájemní smlouvu bude majitelka společnosti vytvářet sama.

Účetnictví

Účetní služby pro společnost SENER reality bude vykonávat prostřednictvím externí spolupráce nejmenovaný účetní sídlící ve městě Klimkovice. Za jeden měsíc si účetní účtuje částku ve výši 2 000 Kč.

Fotografie nemovitostí s využitím dronu

Majitelka společnosti SENER reality bude fotografování zajišťovat samostatně. Koníčkem majitelky je právě fotografování, kterému se aktivně věnuje, a hodlá nasbírané zkušenosti z této oblasti využít k zajištění profesionálních fotografií nabízených nemovitostí. Aktivně se účastní také fotografických kurzů. V případě prodeje či pronájmu rozsáhlého komerčního objektu, pozemku či rodinného domu se zahradou je vhodné zvolit použití dronu. Službu pořízení fotografií nemovitostí za pomoci dronu bude zajišťovat jeden nejmenovaný fotograf, který se této aktivitě profesionálně věnuje. Za své služby si účtuje částku ve výši 1 000 Kč/nemovitost.

Internetové stránky

Zřízení internetových stránek společnosti SENER reality je zcela nezbytné, jelikož v dnešní době je používání internetu pro vyhledávání informací u klientů naprosto běžnou záležitostí. Klienti zde najdou veškeré nabízené nemovitosti k pronájmu a prodeji, adresu kanceláře společnosti, kontakt na majitelku společnosti a na realitní makléře. Mimo jiné zde naši klienti najdou také informace týkající se konání dražeb – především datum konání dražby, čas a místo. Pro vytvoření internetových stránek majitelka společnosti SENER reality osloví IT specialisty, kteří internetové

stránky vytvoří a budou je dle potřeby nadále spravovat. Za vytvoření internetových stránek zaplatí realitní společnost jednorázovou platbu ve výši 5 000 Kč. Za neustálou aktualizaci internetových stránek bude započtena měsíční paušální platba ve výši 400 Kč.

Průkaz energetické náročnosti

Zhotovení energetického štítku zpracuje realitní společnosti nejmenovaná firma. Tato služba se pohybuje mezi 3 000 – 20 000 Kč dle rozsahu nemovité věci a hradí ji prodávající.

Znalecký posudek

Vypracování znaleckého posudku zajistí rovněž pro realitní společnost nejmenovaný znalec. V případě prodeje nemovitosti formou dobrovolné dražby je vypracování znaleckého posudku ze zákona povinné. Tuto službu hradí prodávající a pohybuje se v rozmezí 3 000 – 20 000 Kč.

3.6 Marketingový plán

Jak bylo již zmíněno v teoretické části bakalářské práce, marketingový plán je důležitá a rozhodující část, která bude tvořit veškeré marketingové sítě působící na vnější okolí podniku, a která může do jisté míry ovlivnit dobu fungování společnosti SENER reality na trhu. V prvních letech bude marketingová strategie omezená převážně na nízké finanční prostředky. Majitelka také do budoucna věří ve vybudování dobrého jména firmy a nebude tedy zapotřebí rozhození masivní marketingové sítě. Budoucí klienti podniku budou společnost SENER reality vyhledávat ze své vlastní vůle, aniž by byli uměle ovlivňováni reklamou.

3.6.1 Marketingový mix „4P“

Marketingový mix se skládá ze čtyř základních marketingových složek: produkt, cena, distribuce a propagace. Organizace tuto významnou metodu používá ke vzbuzení poptávce po produktu, v našem případě po službě.

Produkt

Nabízeným produktem společnosti SENER reality je poskytování kvalitních služeb na realitním trhu. Hlavní činností společnosti je zprostředkování prodeje, pronájmu nemovitostí a konání dobrovolných dražeb. Realitní společnost bude nabízet několik forem prodeje: přímý prodej, prodej prostřednictvím výběrového řízení a dobrovolné dražby. Tyto hlavní služby, které bude realitní společnost svým klientům zajišťovat, na sebe pojí další doplňkové služby, bez kterých se dokončený obchodní případ neobejde. Mezi ně patří poskytnutí servisu na vysoké úrovni majitelům nemovitosti a klientům realitní společnosti, právní služby, hypoteční služby a veškeré administrativní úkony ze strany realitního makléře vedoucí k dokončení obchodního případu.

Cena

Tab. č. 3.4. znázorňuje poskytované služby a výši odměny pro společnost SENER reality.

Tab. 3.4 Poskytované služby prostřednictvím společnosti SENER reality

Úkon	Výše odměny pro RK
Pronájem nemovitosti (bytu, výrobního prostoru, skladového prostoru, kanceláře, obchodního prostoru)	Jeden měsíční nájem bez energií a služeb + DPH
Prodej nemovitosti do 1 000 000 Kč	5 % z kupní ceny + DPH
Prodej nemovitosti do 5 000 000 Kč	3 % z kupní ceny + DPH
Prodej nemovitosti do 10 000 000 Kč	2,5 % z kupní ceny + DPH
Prodej nemovitosti do 50 000 000 Kč	2 % z kupní ceny + DPH

Zdroj: vlastní zpracování

Výši provize hradí ve většině případů prodávající. V praxi se majitelka realitní společnosti již setkala s případy, kdy namísto prodávajícího platil odměnu RK kupující či nájemce. Pokud se takto obě strany dohodnou, je toto ujednání zcela v pořádku. Dle zákona má však realitní makléř nárok na odměnu pouze z jedné strany.

Distribuce

Distribuční cestou bude pro majitele nemovitosti a klienta realitní společnosti realitní kancelář SINER reality. V případě využití realitních služeb jí budou také výše zmínění dodavatelé.

Propagace

Již dříve bylo zmíněno, že propagace nově vznikající společnosti závisí hlavně na finančních prostředcích dané firmy. Majitelka společnosti si je vědoma nutnosti zainvestování alespoň do určité marketingové reklamy, bez které se realitní společnost neobejde.

Mezi první patří vybudování internetové stránky nesoucí název www.siner-reality.cz. Tvorbu a aktualizaci internetových stránek podnikatelka ponechá na IT specialistech, kteří jsou v této branži experti.

Dalším krokem pro vytvoření reklamy patří bezesporu tvorba facebookové stránky, jejímž obsahem budou nabízené nemovitosti k prodeji a pronájmu.

Dostat se do podvědomí lidí lze také méně nákladnou reklamou, která spočívá například v polepení automobilů s názvem realitní společnosti užívaných pro osobní a pracovní účely majitelkou a pracovníky firmy. Toto svůj účel splní především při cestě na jednání či prohlídky nemovitostí s klienty.

V dalších letech fungování podniku je velice přínosná propagace formou doporučení či kladné recenze klientů na realitní společnost či realitního makléře působícího v realitní kanceláři. Tato forma propagace je zcela zdarma a rovněž velice efektivní. Za zmínku stojí také emailová komunikace, kterou lze k propagaci společnosti efektivně využít. V případě, že majitel svou nemovitost nabízí prostřednictvím soukromých inzerátů, může realitní makléř oslovit majitele formou elektronického dopisu, ve kterém je vhodné představit sebe, realitní společnost a nabídnout spolupráci spočívající v nalezení kupce. Pokud se jedná o případ, kdy realitní kancelář hledá nájemce či kupujícího pro nabízenou nemovitost, je vhodné využít placené databáze podniků a společností prostřednictvím kterých se osloví několik set až tisíc firem v okolí i napříč celou Českou republikou.

Moderní doba nabízí velké množství forem propagace, mezi ně patří pronájem reklamní plochy u hlavních cest, světelná reklama, reklama na internetových stránkách, v rádiu či v televizi. Tyto reklamní taháky jsou však finančně velice nákladné a podnikatelka nemá v plánu v prvních letech podnikání do této kategorie inzerce investovat.

3.7 Organizační plán

Společnost SENER reality bude obchodní společnost s ručením omezeným a její jedinou zakladatelkou bude Valérie Sinérová. Základní kapitál společnosti bude činit 200 000 Kč.

Majitelka po zahájení činnosti zaměstná na poloviční úvazek asistentku, která bude pomocnou rukou při administrativní činnosti jak majitelce, tak realitním makléřům. Náplní práce asistentky bude: archivace dokumentů, zajišťování kancelářských potřeb, komunikace s externími firmami a klienty, vyřizování obchodní korespondence, tvorba reportů, péče o návštěvy, zajišťování podkladů a další potřebné úkony. Majitelka má jasnou představu o budoucí asistentce: minimální dosažené střední vzdělání zakončené maturitní zkouškou, samostatnost, aktivní přístup, komunikativní dovednosti na vyšší úrovni, počítačová znalost, orientace v právní oblasti, vstřícnost, příjemný projev po telefonu a v neposlední řadě příjemné vystupování. Součástí kolektivu realitní společnosti budou dva realitní makléři, tedy fyzické osoby podnikající jako osoby samostatně výdělečně činné. Za uskutečnění obchodního případu budou realitní makléři odměněni částkou ve výši 50 % z celkové výše provize.

Těžkým úkolem majitelky bude nalezení takových spolupracovníků, kteří se budou podílet na budování dobrého jména firmy a zároveň v budoucnu nebudou využívat obchodních kontaktů nabitých v rámci SENER reality po své soukromé či pracovní účely mimo tuto kancelář. Majitelka společnosti bude makléře vyhledávat na základě referencí, doporučení a inzerátů. Upřednostňovat bude uchazeče, kteří mají s prací v oblasti realitního trhu již zkušenost.

Snahou majitelky bude vybudování přátelské atmosféry uvnitř podniku a poskytnutí profesionálního a příjemného pracovního zázemí svým kolegům. Dále to bude úsilí o neustálé rozšiřování vědomostí jak svých, tak i svých kolegů, a to formou vzdělávacích kurzů a pravidelných konzultací obchodních případů. V neposlední řadě se majitelka bude zaměřovat na zajištění co největší spokojenosti nejen svých kolegů, ale také klientů realitní společnosti.

3.8 Hodnocení rizik

Vyhodnocení rizikových faktorů bude provedeno prostřednictvím expertního hodnocení.

3.8.1 Identifikace rizik

Se vznikem nového podniku přichází určitá rizika jak pro zakladatelku společnosti, tak pro samotný podnik, která lze do určité míry předvídat, a kterým lze na základě opatření předcházet. Je velice důležité podnik dostatečně připravit na vnější negativní vlivy, které budou podnik ovlivňovat po celou dobu jeho fungování a které mu v budoucnu mohou bránit v růstu. Přehledné zpracování jednotlivých rizik realitní kanceláře je v Tab. č. 3.5.

Rizika realitní kanceláře:

- malá poptávka po nabízených službách
- konkurence
- legislativní změny
- přírodní katastrofy – povodně, zemětřesení, požáry, pandemie
- krádež obchodních kontaktů z databáze klientů realitní kanceláře prostřednictvím realitních makléřů
- realizace realitních obchodních případů bez využití služeb realitní kanceláře
- podnikatelské riziko – celkové riziko úspěšného či naopak neúspěšného podnikání

Tab. 3.5 Rizika realitní kanceláře, jejich značení, pravděpodobnost výskytu a intenzita negativního vlivu

Riziko	Značení	Pravděpodobnost výskytu	Intenzita negativního vlivu
malá poptávka	F ₁	VM	V
konkurence	F ₂	S	S
legislativní změny	F ₃	VM	M
přírodní katastrofy	F ₄	VM	ZV
krádež obchodních kontaktů	F ₅	VM	VM
realizace obchodních případů bez využití RK	F ₆	M	S
podnikatelské riziko	F ₇	S	ZV

Zdroj: vlastní zpracování

3.8.2 Hodnocení významnosti rizikových faktorů

Tab. č. 3.6. znázorňuje vyhodnocení významnosti jednotlivých rizikových faktorů společnosti SENER reality.

Tab. 3.6 Vyhodnocení významnosti rizikových faktorů

ZV	F ₄		F ₇		
V	F ₁				
S		F ₆	F ₂		
M	F ₃				
VM	F ₅				
	VM	M	S	V	ZV

Pravděpodobnost

Zdroj: vlastní zpracování dle předlohy (Fotr a Souček, 2005)

Mezi významné rizikové faktory realitní společnosti patří ty, jejichž pravděpodobnost a intenzita negativního vlivu dosahuje alespoň stupně S. V našem případě se jedná konkrétně o podnikatelské riziko (F_7) a konkurenci (F_2). Majitelka společnosti SENER reality by měla být na tato rizika připravena a odhodlána jim čelit.

Mezi další významné rizikové faktory patří ty, jejichž pravděpodobnost je velmi malá až malá, ale intenzita negativního vlivu je pro realitní společnost rozhodující v rámci dalšího fungování podniku. Mezi tyto faktory patří malá poptávka (F_1) a přírodní katastrofy (F_4).

Příklad:

V březnu roku 2020 nastala v oblasti realitního trhu velice nízká až nulová poptávka a byla zapříčiněna pandemií virového onemocnění zvaného COVID-19. Realitní makléři byli v tomto těžkém období bez práce a pouze doufali v lepší časy. Pravděpodobnost výskytu této pandemie je sice velice malá, avšak pokud k ní skutečně dojde, nese s sebou fatální následky projevující se nejen na lidských životech, ale také v celé ekonomice.

3.9 Finanční plán

Finanční plán je jádrem každého podnikatelského plánu. Obsah finančního plánu je sestaven na základě odhadů autora či autorky, které by měly vycházet z reálných hodnot a pravdivých informací. Na základě finančního plánu lze předpokládat budoucí vývoj podniku po finanční stránce a také jeho životnost na trhu. Snahou majitelky společnosti je zejména dlouhodobé působení podniku na trhu, úspěšnost podniku, jeho výnosnost a rozšiřování do dalších měst.

3.9.1 Základní kapitál

Výše základního kapitálu společnosti SENER reality je zachycena v tabulce 3.7 a činí 200 000 Kč. Tuto částku si majitelka vydělala po dobu své činnosti v již existující nejmenované realitní kanceláři.

Tab. 3.7 Počáteční rozvaha společnosti SENER reality

AKTIVA	Kč	PASIVA	Kč
DM		VK	
		základní kapitál	200 000,-
OM		CZ	
krátkodobý finanční majetek	200 000,-		
ΣA	200 000,-	ΣP	200 000,-

Zdroj: vlastní zpracování

3.9.2 Pořizovací náklady

Založení společnosti s sebou přináší pořizovací náklady, bez kterých se společnost neobejde. Soupis pořizovacích nákladů je zobrazen v tabulce 3.8.

Tab. 3.8 Pořizovací náklady společnosti SENER reality

POLOŽKA	CENA BEZ DPH
založení S.R.O.	7 000 Kč
kancelářský nábytek	40 000 Kč
tiskárna	10 000 Kč
PC - 4 ks	40 000 Kč
tvorba internetových stránek	5 000 Kč
propagace - polep auta	2 000 Kč
propagace na sociální síti - Facebook	1 000 Kč
rychlovarná konvice	700 Kč
mikrovlnná trouba	2 000 Kč
Σ pořizovacích nákladů	107 700 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Při založení společnosti s ručením omezeným zakladatelka společnosti SENER reality sepíše u notáře zakladatelskou listinu.

Propagace na sociální síti Facebook je velice přínosná a řadí se mezi méně nákladné položky z hlediska marketingu. Tato sociální síť nabízí velké množství forem propagace. Majitelka společnosti SENER reality zvolila do začátku podnikání nejméně nákladnou formu propagace, a to ve výši 1 000 Kč. Princip je následující: firma stanoví určitý rozpočet dle svých finančních možností a společnost Facebook dle výše rozpočtu

firmy vytvoří cílenou reklamu, kterou shlédne určitý počet lidí. Čím vyšší je vložený rozpočet do této kampaně, tím více se společnost dostane do podvědomí lidí. Celková hodnota pořizovacích nákladů bude 107 700 Kč.

3.9.3 Odpisy

Společnost SENER reality bude odepisovat rovnoměrně čtyři počítače, které se řadí mezi dlouhodobý hmotný majetek.

Vstupní informace pro rovnoměrné odepisování:

Cena jednoho kusu počítače činí 10 000 Kč bez DPH a cena s DPH: 12 100 Kč. Touto cenou počítač patří do první odpisové skupiny a jeho doba odepisování jsou 3 roky. Výpočet vychází ze vzorce 2.1 a je přehledně zpracován v Tab. č. 3.9.

Tab. 3.9 Odpisová tabulka na 1 ks PC

ROK	ODPIS	ZŮSTATKOVÁ CENA
1 Kč	2 000 Kč	8 000 Kč
2 Kč	4 000 Kč	4 000 Kč
3 Kč	4 000 Kč	0 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Výše odpisu čtyř počítačů v roce 2020 činí 8 000 Kč. Majitelka společnosti se rozhodla tuto částku rozdělit do zbývajících dvou měsíců v roce 2020 – listopadu a prosince. Výše odpisu v listopadu a prosinci tak bude 4 000 Kč. V roce 2021 a 2022 bude roční výše odpisů za čtyři počítače totožná, a to ve výši 16 000 Kč.

3.9.4 Budoucí výnosy

Výše budoucích tržeb za jednotlivá období je zachycena v tabulce 3.10.

Tab. 3.10 Tržby společnosti SENER reality

	ROK 2020		ROK 2021	ROK 2022
POLOŽKA	Listopad	Prosinec	-	-
zprostředkování služeb	180 000 Kč	180 000 Kč	3 000 000 Kč	3 900 000 Kč
Σ tržeb	180 000 Kč	180 000 Kč	3 000 000 Kč	3 900 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Budoucí tržby realitní společnosti za zprostředkování služeb jsou odhadnuty dle předchozích zkušeností majitelky, která v realitní oblasti již podnikala. Výše tržeb je sestavována na základě minimálních až reálných částek, které by si měl každý realitní makléř vydělat tak, aby pokryl své náklady spojené s podnikáním. Mezi tyto náklady

patří odvod sociálního a zdravotního pojištění, pojištění makléře, pohonné hmoty, opotřebení automobilu, ošacení, mobilní paušál a další. Šikovný realitní makléř si dokáže mnohdy vydělat daleko více, avšak majitelka společnosti SENER reality chce zůstat při zemi.

V prvních dvou měsících po zahájení činnosti se od kanceláře očekává pouze zprostředkování pronájmů nemovitostí, jelikož příprava a realizace zprostředkování nemovitostí na prodej je velice nákladná na čas. Není však vyloučeno, že v prosinci roku 2020 dojde k zahájení přípravy nemovitosti na prodej a v roce 2021 dojde k realizaci obchodního případu. Dle předchozích zkušeností majitelky je naprosto reálné, aby si v měsíci listopad a prosinec roku 2020 jeden realitní makléř vydělal 30 000 Kč za měsíc. Na jednoho realitního makléře by tak tržby v měsíci listopad a prosinec připadaly na 60 000 Kč za měsíc. Pokud se od výdělku makléře ve výši 30 000 Kč odečtou výše uvedené náklady na provozování této činnosti, realitní makléř si tak vydělá okolo 21 000 Kč za měsíc. Jedná se tak opravdu o minimální měsíční výdělek realitního makléře, který by měl v těchto měsících vydělat.

V roce 2021 se předpokládá, že dojde ke zprostředkování nemovitostí na pronájem i prodej. Dle předchozích zkušeností majitelky a na základě skutečných (průměrných) výdělků realitních makléřů se předpokládá, že by si měl jeden realitní makléř vydělat minimálně 41 667 Kč za měsíc a 500 000 Kč za rok. Roční tržby v roce 2021 by tak na jednoho makléře připadaly na 1 000 000 Kč.

V roce 2022 se předpokládá nárůst nových kontaktů majitelů nemovitostí a investorů, u kterých jsme v předešlém roce získali důvěru na základě našich dosažených výsledků. Majitelka společnosti předpokládá navýšení ročních tržeb připadajících na jednoho realitního makléře o 300 000 Kč na 1 300 000 Kč. Měsíční výdělek jednoho realitního makléře tak bude činit 54 167 Kč.

3.9.5 Budoucí náklady

Budoucí náklady jsou zobrazeny v tabulce 3.11 a jedná se o veškeré náklady spojené s provozováním realitní kanceláře, které majitelka společnosti vynaloží za účelem budoucího ekonomického zisku. Suma nákladů v listopadu roku 2020 bude činit 86 600 Kč a v prosinci stejného roku bude činit 106 670 Kč. V roce 2021 dojde k navýšení celkových nákladů na částku 1 600 640 Kč. V roce 2022 dojde k opětovnému navýšení celkových nákladů na částku 1 915 040 Kč.

Tab. 3.11 Náklady společnosti SENER reality

POLOŽKA	ROK 2020		ROK 2021	ROK 2022
	Listopad	Prosinec	-	-
nájemné (vč. služeb a energií)	15 000 Kč	15 000 Kč	180 000 Kč	180 000 Kč
mzda asistentky (hrubá mzda)	0 Kč	15 000 Kč	180 000 Kč	180 000 Kč
soc. a zdr. pojištění asistentky	0 Kč	5 070 Kč	60 840 Kč	60 840 Kč
odměna makléřům	60 000 Kč	60 000 Kč	1 000 000 Kč	1 300 000 Kč
účetnictví	2 000 Kč	2 000 Kč	24 000 Kč	24 000 Kč
právní služby	0 Kč	0 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč
aktualizace internet. stránek	400 Kč	400 Kč	4 800 Kč	4 800 Kč
aktualizace soc. sítě - Facebook	1 000 Kč	1 000 Kč	12 000 Kč	12 000 Kč
inzerce nemovitostí	1 200 Kč	1 200 Kč	72 000 Kč	86 400 Kč
propagační materiály	1 000 Kč	1 000 Kč	12 000 Kč	12 000 Kč
telefon	500 Kč	500 Kč	6 000 Kč	6 000 Kč
internet	700 Kč	700 Kč	8 400 Kč	8 400 Kč
kancelářské potřeby	400 Kč	400 Kč	4 800 Kč	4 800 Kč
software (Microsoft)	400 Kč	400 Kč	4 800 Kč	4 800 Kč
odpisy PC : 4ks	4 000 Kč	4 000 Kč	16 000 Kč	16 000 Kč
Σ nákladů	86 600 Kč	106 670 Kč	1 600 640 Kč	1 915 040 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Právní služby

V měsíci listopad a prosinec roku 2020 společnost nevyužije žádné právní služby, jelikož se nepředpokládá zprostředkování prodeje nemovitostí. Předpokládá se pouze zprostředkování pronájmu nemovitostí. Majitelka společnosti si veškeré nájemní smlouvy a předávací protokoly zajistí sama.

Inzerce nemovitostí

Dle zkušeností majitelky se předpokládá, že v měsíci listopad a prosinec roku 2020 bude společnost SENER reality inzerovat měsíčně dvacet inzerátů všech realitních makléřů (včetně majitelky). V roce 2021 se odhaduje nárůst na sto inzerátů měsíčně a v roce 2022 opětovný nárůst na sto dvacet inzerátů měsíčně všech realitních makléřů. Počet inzerátů za jednotlivá období je zachycen v tabulce 3.12.

Tab. 3.12 Počet inzerátů za určité období

OBDOBÍ	POČET INZERÁTŮ/MĚSÍC
listopad 2020	20
prosinec 2020	20
rok 2021	100
rok 2022	120

Zdroj: vlastní zpracování

3.9.6 Odvod sociálního a zdravotního pojištění asistentky

Majitelka společnosti je povinna odvádět sociální a zdravotní pojištění za asistentku realitní kanceláře. Výše sociálního a zdravotního pojištění je zobrazena v tabulce 3.13.

Tab. 3.13 Výše sociálního a zdravotního pojištění

POLOŽKA	ČÁSTKA
hrubá mzda asistentky	15 000 Kč
odvod sociálního pojištění (sazba 24,8 %)	3 720 Kč
odvod zdravotního pojištění (sazba 9 %)	1 350 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Odvod sociálního pojištění činí 3 720 Kč a odvod zdravotního pojištění činí 1 350 Kč. Celkem zaměstnavatel odvede 5 070 Kč měsíčně.

3.9.7 Plánovaný výkaz zisku a ztráty

Budoucí výsledek hospodaření za sledované období: listopad a prosinec roku 2020, rok 2021 a rok 2022 je znázorněn v tabulce 3.14.

Tab. 3.14 Výkaz zisku a ztráty

	2020		2021	2022
POLOŽKA	Listopad	Prosinec	-	-
výnosy za zprostředkování služeb	180 000 Kč	180 000 Kč	3 000 000 Kč	3 900 000 Kč
VÝNOSY CELKEM	180 000 Kč	180 000 Kč	3 000 000 Kč	3 900 000 Kč
pořizovací náklady	107 700 Kč	-	-	-
nájemné (vč. služeb a energií)	15 000 Kč	15 000 Kč	180 000 Kč	180 000 Kč
mzda asistentky (hrubá mzda)	0 Kč	15 000 Kč	180 000 Kč	180 000 Kč
soc. a zdr. pojištění asistentky	0 Kč	5 070 Kč	60 840 Kč	60 840 Kč
odměna makléřům	60 000 Kč	60 000 Kč	1 000 000 Kč	1 300 000 Kč
účetnictví	2 000 Kč	2 000 Kč	24 000 Kč	24 000 Kč
právní služby	0 Kč	0 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč
aktualizace internet. stránek	400 Kč	400 Kč	4 800 Kč	4 800 Kč
aktualizace soc. sítě - Facebook	1 000 Kč	1 000 Kč	12 000 Kč	12 000 Kč
inzerce nemovitostí	1 200 Kč	1 200 Kč	72 000 Kč	86 400 Kč
propagační materiály	1 000 Kč	1 000 Kč	12 000 Kč	12 000 Kč
telefon	500 Kč	500 Kč	6 000 Kč	6 000 Kč
internet	700 Kč	700 Kč	8 400 Kč	8 400 Kč
kancelářské potřeby	400 Kč	400 Kč	4 800 Kč	4 800 Kč
software (Microsoft)	400 Kč	400 Kč	4 800 Kč	4 800 Kč
odpisy PC : 4ks	4 000 Kč	4 000 Kč	16 000 Kč	16 000 Kč
NÁKLADY CELKEM	194 300 Kč	106 670 Kč	1 600 640 Kč	1 915 040 Kč
EBIT	-14 300 Kč	73 330 Kč	1 399 360 Kč	1 984 960 Kč
daň z příjmu (19%)	0 Kč	13 933 Kč	265 879 Kč	377 143 Kč
EAT	-14 300 Kč	59 397 Kč	1 133 481 Kč	1 607 817 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

V prvním měsíci dosahuje společnost ztráty ve výši 14 300 Kč. Majitelka společnosti tuto částku pokryje vlastními zdroji, aby předešla nucenému nárůstu krátkodobých cizích závazků. Toto rozhodnutí učinila z důvodu, že v dalším měsíci již společnost bude dosahovat čistého zisku ve výši 59 397 Kč. V roce 2021 společnost bude dosahovat čistého zisku ve výši 1 133 481 Kč. V roce 2022 bude čistý zisk společnosti Siner reality ve výši 1 607 817 Kč.

3.9.8 Plánovaný cash flow

Cash flow společnosti SENER reality za sledované období je vyobrazeno v tabulce č. 3.15.

Tab. 3.15 Cash flow

POLOŽKA	DPH	ROK 2020		ROK 2021	ROK 2022
		Listopad	Prosinec	-	-
PSPP	-	200 000 Kč	187 561 Kč	285 369 Kč	2 048 819 Kč
příjmy ze služeb	21 %	217 800 Kč	217 800 Kč	3 630 000 Kč	4 719 000 Kč
CELKOVÉ PŘÍJMY	-	217 800 Kč	217 800 Kč	3 630 000 Kč	4 719 000 Kč
pořizovací výdaje	21 %	130 317 Kč	-	-	-
nájemné (vč. služeb a energií)	21 %	18 150 Kč	18 150 Kč	217 800 Kč	217 800 Kč
mzda asistentky (hrubá mzda)	-	0 Kč	15 000 Kč	180 000 Kč	180 000 Kč
soc. a zdr. pojištění asistentky	-	0 Kč	5 070 Kč	60 840 Kč	60 840 Kč
odměna makléřům	21 %	72 600 Kč	72 600 Kč	1 210 000 Kč	1 573 000 Kč
účetnictví	21 %	2 420 Kč	2 420 Kč	29 040 Kč	29 040 Kč
právní služby	21 %	0 Kč	0 Kč	18 150 Kč	18 150 Kč
aktualizace internet. stránek	21 %	484 Kč	484 Kč	5 808 Kč	5 808 Kč
aktualizace soc. sítě - Facebook	21 %	1 210 Kč	1 210 Kč	14 520 Kč	14 520 Kč
inzerce nemovitostí	21%	1 452 Kč	1 452 Kč	87 120 Kč	104 544 Kč
propagační materiály	21 %	1 210 Kč	1 210 Kč	14 520 Kč	14 520 Kč
telefon	21 %	605 Kč	605 Kč	7 260 Kč	7 260 Kč
internet	21 %	847 Kč	847 Kč	10 164 Kč	10 164 Kč
kancelářské potřeby	15 %	460 Kč	460 Kč	5 520 Kč	5 520 Kč
software (Microsoft)	21 %	484 Kč	484 Kč	5 808 Kč	5 808 Kč
CELKOVÉ VÝDAJE	-	230 239 Kč	119 992 Kč	1 866 550 Kč	2 246 974 Kč
CF	-	-12 439 Kč	97 808 Kč	1 763 450 Kč	2 472 026 Kč
KSP	-	187 561 Kč	285 369 Kč	2 048 819 Kč	4 520 845 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

V měsíci listopadu roku 2020 má společnost vyšší celkové výdaje oproti celkovým příjmům. Dosahuje záporné hodnoty cash flow ve výši 12 439 Kč. Tato situace je zapříčiněna nákladnými pořizovacími výdaji. Následující období již společnost SENER reality dosahuje kladného cash flow. V prosinci roku 2020 dosahuje 97 808 Kč, v druhém roce fungování 1 763 450 Kč a ve třetím roce fungování 2 472 026 Kč.

4 Návrhy a doporučení

Realitní společnost by se měla v první řadě zaměřit na zajištění profesionální nabídky svých služeb, a to nejen vůči kupujícím ale i prodávajícím. Důležitou roli pro uskutečnění obchodu hraje informovanost makléřů o jednotlivých nemovitostech, aby mohli zodpovídat ihned na veškeré dotazy budoucích zájemců. Dále je velice důležité být se zákazníky realitní kanceláře v kontaktu, jednat s nimi asertivně a na jejich dotazy obratem odpovídat. Mnohdy zde hraje roli čas, jelikož se tito zájemci také rozhlíží po podobných nemovitostech u jiných kanceláří, a pokud realitní makléř není pohotový, může o realizaci obchodního případu přijít. Majitelé nemovitostí, kteří své nemovitosti svěří do rukou realitním makléřům, od nich očekávají profesionální servis a pohotovost. Je tedy vhodné majitele nemovitostí průběžně kontaktovat a zasílat jim report o dané nemovitosti. V případě, že je daná nemovitost inzerovaná po dlouhou dobu, očekává se od kvalitního realitního makléře, že se snaží nalézt, v čem může být problém a proč se obchodní případ ještě neuzavřel. Důvodem může být například vysoká cena za danou nemovitost požadovaná majitelem. V takovém případě je na realitním makléři, aby tuto skutečnost konzultoval s majitelem nemovitosti a zvolil vhodnější strategii za účelem rychlého zprostředkování obchodního případu tak, aby byl jak kupující, tak prodávající vždy maximálně spokojen. Maximální servis ze strany realitního makléře je úspěchem pro dlouhodobé fungování podniku a cestou k budování dobrého jména společnosti. Tato strategie povede k nízkým nákladům za propagaci a k získání důvěry nových klientů realitní kanceláře SENER reality, kteří nebudou mít důvod vyhledávat jinou realitní kancelář.

Ze strany majitelky realitní kanceláře je žádoucí, aby se ve svém oboru neustále vzdělávala, účastnila se realitních kurzů, sledovala aktuální vývoj ekonomiky, vzdělávala se v oblasti práva a měla touhu neustálého zdokonalování nejen sebe, ale také celé realitní kanceláře a svých realitních kolegů.

Důležitou roli ve fungování realitní kanceláře hraje také výše odměny pro realitního makléře při zprostředkování nemovitosti. Zásadní je stanovit takovou výši odměny, aby byl spokojen nejen realitní makléř, ale také klient realitní kanceláře SENER reality. Mezi důležité aspekty při nastínění výše odměny patří odhadovaná výše nákladů za danou nemovitost, kupní cena nemovitosti, složitost při zprostředkování dané nemovitosti a další. Při počátečním jednání s klientem by měl realitní makléř na

základě svých zkušeností navrhnout adekvátní výši odměny a udělat určitý kompromis tak, aby bylo dosaženo spokojenosti jak realitního makléře, tak jeho klienta.

Každý realitní makléř by měl neustále mapovat trh s realitami, být aktivní a shánět si ve volných chvílích nemovitosti k prodeji či pronájmu za účelem zprostředkování obchodního případu. Díky tomuto jednání může realitní makléř navázat nové kontakty s majiteli, dostat se do jejich podvědomí a přesvědčit je o kvalitních a profesionálních službách realitní kanceláře SENER reality.

Autorka této práce rovněž doporučuje udržování dobrých vztahů s distributory realitní kanceláře. Mohou nastat situace, které vyžadují okamžité jednání a nepřichází v úvahu jejich odklad. Například provedení změn v kupní smlouvě, které požaduje banka kupujícího.

5 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo sestavení podnikatelského plánu na téma založení, vznik a provoz realitní kanceláře, jejíž aktivita bude spočívat ve zprostředkování pronájmu a prodeje nemovitostí. Autorka podnikatelského plánu postupně nabírala zkušenosti v minulých letech, ve kterých působila jako realitní makléřka v nejmenované realitní kanceláři. Ráda by tyto zkušenosti uplatnila ve formě nově působící společnosti na trhu.

V teoretické části této práce byla popsána charakteristika základních pojmů, jako jsou podnik, podnikání, podnikatel a struktura podnikatelského plánu. Dále teoretická část obsahuje popis metod pro analýzu podnikatelského plánu a možných budoucích rizik ovlivňujících životnost podniku. Jedná se o metody, které jsou následně zpracovány v praktické části této práce.

Prostřednictvím SWOT analýzy bylo zjištěno, že silné stránky a příležitosti podniku převažují nad slabými stránkami a hrozbami podniku. Tento výsledek autorka považuje za velice příznivý. Zároveň si je avšak vědoma skutečnosti, že je důležité pracovat také s vnitřními a vnějšími negativními vlivy, které mohou mít nepříznivý dopad na celou společnost. Ví také, že je potřebné se těmito vliv následně zabývat, a to formou snížení jejich dopadu či jejich redukci. Následovala SLEPT analýza, která se zabývala rozbořením vnějšího prostředí podniku. Autorka pomocí SLEPT analýzy vymezila makroprostředí – na sociální, legislativní, ekonomické, politické a technologické. V rámci malých a středních podniků se jedná o prostředí, které nelze ovlivnit. Podnik se mu musí přizpůsobit a umět reagovat na jeho změny. Dále byla prozkoumána konkurence společnosti SENER reality. Jednalo se zejména o průzkum již existujících realitních kanceláří na trhu. Marketingový plán byl sestaven pomocí marketingové metody zvané marketingový mix 4P. Ta obsahuje nabízené služby, prostřednictvím realitní společnosti, výše částek za jednotlivé poskytované služby, distribuci a propagaci. Reklama je vzhledem k počátečním omezeným finančním zdrojům nastavena tak, aby byla vzhledem k situaci co nejefektivnější.

V závěru praktické části byl zpracován finanční plán na základě reálných hodnot, ke kterým se autorka práce dopracovala na základě svých předchozích pracovních zkušeností v jiné nejmenované realitní kanceláři. Jako první byla zjištěna výše všech pořizovacích nákladů. Následovalo sestavení počáteční rozvahy. Dále byly odhadnuty budoucí tržby a náklady společnosti, které byly sestaveny dle autorčiných předchozích zkušeností. Jako poslední byl sestaven výkaz zisku a ztráty a cash flow. Pomocí sestavení jednotlivých účetních výkazů bylo zjištěno, že tento podnikatelský plán je realizovatelný a již v druhém měsíci fungování podniku bude dosahovat zisk.

Seznam použité literatury

Odborná kniha

ČERVENÝ, Radim, Jiří FICBAUER, Alena HANZELKOVÁ a Miloslav KEŘKOVSKÝ. *Business plán: Krok za krokem*. Praha: C. H. Beck, 2014. ISBN 978-80-7400-511-4.

DVOŘÁČEK, Jiří a Peter SLUNČÍK. *Podnik a jeho okolí: Jak přežít v konkurenčním prostředí*. Praha: C. H. Beck, 2012. ISBN 978-80-7400-224-3.

FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-0939-2.

KAŠÍK, Josef. *Základy podnikové ekonomiky*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2013. ISBN 978-80-248-3163-3.

KORÁB, Vojtěch, Jiří PETERKA a Maria REŽŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0.

MARTINOVIČOVÁ, Dana, Miloš KONEČNÝ a Jan VAVŘINA. *Úvod do podnikové ekonomiky: 2., aktualizované vydání*. Druhé vydání. Praha: Grada Publishing, 2019. ISBN 978-80-271-0293-8.

NÝVLTOVÁ, Romana a Pavel MARINIČ. *Finanční řízení podniku: Moderní metody a trendy*. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3158-2.

ONDREJOVÁ, Dana. *Nástin obchodního práva*. Brno: Masarykova univerzita, 2014. Edice Učebnice Právnické fakulty MU, sv. č. 515. ISBN 978-80-210-7417-0.

ORT, Petr. *Analýza realitního trhu*. Praha: Leges, 2019. ISBN 978-80-7502-364-3.

SRPOVÁ, Jitka, Václav a ŘEHOŘ. *Základy podnikání: Teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.

SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada Publishing, 2011. Expert. ISBN 978-80-247-4103-1.

SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 5. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-336-3.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy. 2., aktualizované a rozšířené vydání*. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6.

Elektronické dokumenty a ostatní

Český statistický úřad. *Předběžný odhad HDP - 4. čtvrtletí 2019*. [online]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/predbezny-odhad-hdp-4-ctvrtleti-2019>

89/2012 Sb. Občanský zákoník (nový). *Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění* [online]. Copyright © [cit. 12.04.2020]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>

90/2012 Sb. Zákon o obchodních korporacích. *Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění* [online]. Copyright © [cit. 12.04.2020]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-90>

455/1991 Sb. Živnostenský zákon. *Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění* [online]. Copyright © [cit. 12.04.2020]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-455>

Seznam zkratek

Apod.	A podobně
CF	Peněžní tok
CZ	Cizí zdroje
Č.	Číslo
DM	Dlouhodobý majetek
DPH	Daň z přidané hodnoty
DSK	Dohoda o složení kauce
EAT	Čistý zisk
EBIT	Zisk před úroky a zdaněním
HDP	Hrubý domácí produkt
HM	Hrubá mzda
IT	Informační technologie
K.s.	Komanditní společnost
Kč	Koruna česká
KSPP	Konečný stav peněžních prostředků
OM	Oběžný majetek
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
PC	Počítač
PSPP	Počáteční stav peněžních prostředků
RK	Realitní kancelář
S.	Strana
S.r.o.	Společnost s ručením omezeným
Sb.	Sbírký
SP	Sociální pojištění
Tj.	To je

V.o.s.	Veřejná obchodní společnost
Vč.	Včetně
VK	Vlastní kapitál
VŠB – TUO	Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava
ZP	Zdravotní pojištění
3D	Trojrozměrný
4P	Čtyři složky marketingového mixu

Seznam tabulek

Tab. 2.1 Základní informace společnosti s ručením omezeným.....	13
Tab. 2.2 Struktura rozvahy	25
Tab. 2.3 Odpisová tabulka sazeb pro rovnoměrné odpisování	26
Tab. 3.1 Aplikace SWOT analýzy na společnost SENER reality.....	31
Tab. 3.2 Přehled hodnot obecné míry nezaměstnanosti	39
Tab. 3.3 Přehled právních úkonů	49
Tab. 3.4 Poskytované služby prostřednictvím společnosti SENER reality	51
Tab. 3.5 Rizika realitní kanceláře, jejich značení, pravděpodobnost výskytu a intenzita negativního vlivu.....	55
Tab. 3.6 Vyhodnocení významnosti rizikových faktorů	55
Tab. 3.7 Počáteční rozvaha společnosti SENER reality.....	57
Tab. 3.8 Pořizovací náklady společnosti SENER reality	57
Tab. 3.9 Odpisová tabulka na 1 ks PC	58
Tab. 3.10 Tržby společnosti SENER reality.....	58
Tab. 3.11 Náklady společnosti SENER reality	60
Tab. 3.12 Počet inzerátů za určité období	61
Tab. 3.13 Výše sociálního a zdravotního pojištění	61
Tab. 3.14 Výkaz zisku a ztráty.....	62
Tab. 3.15 Cash flow	63

Seznam grafů

Graf. 1 Vývoj inflace v letech 2018 a 2019	38
--	----


Seznam obrázků

Obr. 2.1 Životní cyklus podniku	9
Obr. 2.2 SWOT analýza	16
Obr. 3.1 Logo společnosti.....	29
Obr. 3.2 Organizační struktura společnosti SENER reality	45

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 7.5.2020


.....
jméno a příjmení studenta